**الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية**

(دراسة تحليلية 2001-2012)

**Propaganda and disinformation in American movies**

(Analytical Study 2001-2012)

**رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة البترا**

**لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير**

**في الصحافة والإعلام**

**إعداد الطالبة : مجد نبيل محمود عثمان**

**الرقم الجامعي : 201110306**

**بإشراف : الأستاذ الدكتور تيسير أبوعرجه**

**كلية الإعلام – جامعة البترا**

**2015**

التفويض

أنا الطالبة مجد نبيل محمود عثمان أفوض جامعة البترا بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات ، أو المنظمات ، أو الهيئات و المؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها .

الإسم : مجد نبيل محمود عثمان

التوقيع :

التاريخ :

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها " الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية ، دراسة تحليلية لعدد من الأفلام الأمريكية "

وأجيزت بتاريخ :  /  / 2015

**أعضاء لجنة المناقشة :**

1- الأستاذ الدكتور تيسير أبو عرجة ، مشرف .

2- الأستاذ الدكتور عبد الرزاق الدليمي ، عضواً.

3- الدكتور عبد الكريم الدبيسي ، عضواً .

4- الدكتور كامل خورشيد، عضواً .

## الشكر والتقدير

إن الشكر والتقدير الأول الذي أتقدم به هو لله تعالى ، الذي رزقني الصبر والمثابرة لبذل الجهد الكبير على تحمل عقبات وصعوبات كثيرة لإتمام هذه الرسالة .

أشكر بعد الله تعالى أساتذتي الأفاضل الذين قدموا لي النصح والإرشاد في كل ما يتعلق بهذه الدراسة وخارج حدود الرسالة ، فمنهم من دعمني معنويا ووقف بجانبي ، ومنهم من أنار فكري لجوانب مهمة في الدراسة ، ومنهم من مشي معي بخطوات ثابتة تجاه شحذ همتي على الدراسة ومواصلة تحقيقها بهمة وطموح عال ..

لذلك أشكر جميع الأساتذة والدكاترة الأفاضل في كلية الإعلام جامعة البترا دون ذكر خاص، فلكل منهم كلمة أثرت بي ، ولكل منهم موقف ذكرني بطموحي دائما وبعزيمتي التي أحمد الله على مواصلتي لها في كل ما مررت به من محن ...

لكم مني كل الحب والتقدير

مجد عثمان

# الإهداء

بكلمات لا أجد فيها متسعا للتعبير .. وبحروف تخونني لقول ما في خاطري من مشاعر .. أهدي هذه الرسالة لأسرة واحدة .. رعتني .. وحمتني .. شجعتني .. ودعمتني .. قدمت لي الكثير بلا مقابل .. كأسرة واحدة بل كروح واحدة ..

أبي الغالي .. أهديك هذه الرسالة لأنك مثلي الأعلى في طموحي ومهنتي للصحافة والإعلام ..

أمي الحنونة .. أهديك رسالتي لأنك من علمني القوة والصبر على تحدي الصعاب ...

أختي فجر .. خير الأمور أوسطها وأنت خير ما في حياتي من ضحكة ومرح ومستقبل جميل بإذن الله ..

أختي أمل .. ختام الكلام وروح الأمل في حياتي .. أهديك رسالتي لتبقي دائما رونق ونضارة حياتي ..

وأخيرا .. أهدي رسالتي لإبنة أختي وروحي في الدنيا "سوار" بكل ما أوتيتي من جمال خلق الله في خلقه .. أهديك رسالتي لتكون هداية لك لمستقبلك القادم المفعم بالفجر والأمل والمجد في الحياة ..

كل الحب والتقدير

مجد عثمان

قائمة المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

## ملخص الدراسة

## الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية (دراسة تحليلية 2001–2012 )

**إعداد الطالبة : مجد نبيل محمود عثمان**

**بإشراف : الأستاذ الدكتور تيسير أبوعرجه**

## Propaganda And Disinformation In American Movies

## Analytical Study (2001–2012)

هدفت الدراسة إلى التعرف على القضايا الاجتماعية والدينية والسياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية ، كما هدفت إلى توضيح الأسس التي تقوم عليها صناعة السينما الأمريكية ، وبيان صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية ، وإظهار علاقة الحركة الصهيونية بصناعة السينما الأمريكية . كما سعت إلى التعرف على القيم التي أثرت عليها صناعة السينما الأمريكية .

ولتحقيق هذه الأهداف قامت الباحثة بتحليل مضمون (36) فيلماً من عينة قصدية وصنفتهم إلى أفلام سياسية ودينية واجتماعية بمعدل (12) فيلماً من كل فئة .

وأظهرت نتائج الدراسة :

إن جميع الأفلام السياسية والدينية والاجتماعية قيد البحث مليئة بصور ونماذج الدعاية والتضليل الإعلامي للعديد من القضايا ، فمثلاً ارتبطت دائماً صورة العربي بالشخص المتخلف الشهواني البدائي ، وارتبطت صورة المسلم بالإرهاب ، وارتبطت صورة اليهودي بالمدافع والبطل نفسه ، وارتبطت الإساءة للإسلام والمسلمين بحرية التعبير .

كما تبين من النتائج أن الأفلام السينمائية ميدانٌ خصبٌ للترويج لمنظومة القيم الأمريكية الليبرالية داخل المجتمعات العربية والإسلامية ، حيث امتلأت هذه الأفلام بمشاهد تدعو إلى الإباحية المتمثلة في الشذوذ والإغتصاب والعري وإثارة الغرائز ، إضافة إلى الخيانة والإدمان وترسيخ الكذب والسرقة والسخرية من الغير وعدم توقير الكبار والتمرد على القضاء والقدر ، والإلحاد ، وشرب الخمور ، ولعب القمار والقتل والسرقة والكيد للآخرين .

وأوصت الدراسة بما يلي :

1- ضرورة كشف أساليب الدعاية والتضليل من ابتزاز واستعطاف وغيرها من الأساليب المتبعة في السينما الأمريكية والصهيونية والتي تستهدف الأمة العربية بشكل عام والشعب الفلسطيني ونضاله المشروع بشكل خاص .

2- حماية وتحصين الجيل القادم ثقافيا وعلميا ومعرفيا وتكنولوجيا في مواجهة الدعاية والتضليل الإعلامي ، من خلال التربية على القيم الدينية والاجتماعية السليمة .

3- دراسة واقع البحث العلمي في المؤسسات الإعلامية وقياس أثر الرسائل الإعلامية على المجتمعات المحلية في الوطن العربي ، وتحليل المضامين المستوردة من السينما الأمريكية ومعرفة مدى ملائمتها للمنظومة القيمية في المجتمعات المحلية في الوطن العربي وتطوير البحث العلمي في هذا المجال خاصة وأنه يمارس في معظم المؤسسات الإعلامية الغربية والصهيوأمريكية بشكل خاص .

4- مواجهة التضليل الإعلامي بإعداد الخطط الإعلامية المدروسة لمواجهة تحديات الدعاية والتضليل الإعلامي الذي يمارس ضد المجتمعات العربية والإسلامية .

**Study Abstract**

**Propaganda and disinformation in American movies**

(Analytical study 2001-2012)

Prepared by: student Majd Nabeel Mahmoud Othman

Supervised by: Prof. Dr. Taiseer Abu Arjeh

The study aimed to identify social, religious and political issues that are subject to mislead and propaganda in the American films. It also aimed to clarify the basis of the American films industry, to show Arabs and Muslims are depicted by the American cinema, and to show the Zionist movement relationship to the American cinema. The study sought also to identify the values influenced by the American film industry.

To achieve these objectives, the researcher had analyzed the content of (36) films by classifying them into political, religious, and social at (12) films from each category.

The study results indicated that:

All political, religious and social films in question were full of images and models of propaganda and misinformation for several issues. For example, the image of an Arabian was always associated with the underdeveloped, fleshy and primitive person, the image of a Muslim was associated with terrorism, the image of Jewish was associated with the self-defending person, and the offend to Islam and Muslims was always associated with freedom of expression.

The results had also shown that films are a fertile field to promote the system of American liberal values within the Arab and Islamic societies; these films were full of scenes calling for homosexuality, rape, nudity and instincts provoking, as well as treason, addiction, and entrenchment of lying, stealing, ridiculing others, irreverence of adults, rebellion against fate and destiny, atheism, drinking liquor, gambling, murder, theft and maliciousness to others.

The study recommended the following:

1. The need to detect disinformation and propaganda methods including blackmail, propitiation and other methods used in the American and Zionist film that target the Arab nation in general and the Palestinian people and their legitimate struggle in particular;

2. To protect and fortify the next generation culturally, scientifically, cognitively and technologically in the face of propaganda and misinformation, through upbringing on sound religious and social values;

3. To study the reality of scientific research in the media and measure the impact of media messages on local communities, and analyzing the contents imported from the American cinema in order to identify their suitability to the value systems of the local communities, as well as the development of scientific research in this area, especially since it is being practiced in most of the Western media institutions generally and in the Zionist-American ones in particular.

4. To confront disinformation media by the preparation of thoughtful media plans to face the challenges of propaganda and misinformation inflicted on Arab and Islamic societies.

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

**أولا : مقدمة الدراسة**

**ثانيا : مشكلة الدراسة**

**ثالثا : أهداف الدراسة**

**رابعا : أسئلة الدراسة**

**خامسا : أهمية الدراسة**

**سادسا : حدود الدراسة**

**سابعا : تعريف المصطلحات**

# الفصل الأول

## الإطار العام للدراسة

### أولا : مقدمة الدراسة

إن ظهور السينما في العالم عام 1895 على يد الأخوين الفرنسيين أوجست ولويس لوميير شكل نهجا جديدا وتغيرا كليا في الأساليب الدعائية التي تستخدم لجذب الرأي العام العالمي حول العديد من القضايا المختلفة ، وتغيير نظرته نحوها بالشكل الذي يناسب المصالح الخاصة بالجهة المصدرة للدعاية ، فالدعاية منذ القدم استخدمت بشتى الطرق المختلفة وفي حضارات مختلفة من أجل تغيير أفكار الجمهور المستقبل و القدرة على تسييره بالإتجاه المطلوب، فمثلا كتب برهان شاوي في دراسة أجراها بعنوان (مفهوم الدعاية ونماذجها) أن المنظر الإعلامي الألماني كلاوس ميرتن يرى أن كثيرا من قصص العهد القديم في الديانة المسيحية (الأرثذوكس) يمكن تفسيرها كنصوص دعائية، فهي تحتوي على كل ما يمكن أن تحمله الدعاية من مضامين ووسائل و أهداف ، فهي تقدم التبريرات وتمنح الشرعية لأية أفعال عدوانية ضد المخالفين في الرأي والعقيدة والجنس والقومية ، وكل ذلك باسم ( الإرادة الإلهية ) و( شعب الله المختار ). (خالد، 2008، ص7)

أما في المرحلة الإغريقية كانت الدعاية تنحصر في السياسية الداخلية بإقناع الخصوم السياسيين والمفكرين ، بينما كانت في السياسية الخارجية تعني خلق ( صورة للعدو ) من أجل توحيد الصف الشعبي من خلالها والإستفادة في تأجيل الكثير من المطالب الملحة للشعب ، من أجل منح الشرعية للحروب ولتحقيق الأطماع التوسعية وإقامة الإمبراطوريات ، فالإمبراطورية الرومانية قامت بدعم كبير وهائل من العمل الدعائي ، فالهيمنة والإحتلال والإنقلابات السياسية جميعها تبحث عن الشرعية وعن التمويل ولا يمكن ذلك بدون الدعاية(سادول، 1986، ص6)

وبما أن الدعاية هي من أقدم وسائل التأثير على الرأي العام فلا يمكن بالتالي إهمال أحد أهم القنوات الدعائية التي أصبحت تستخدم في العصر الحالي وبشكل واسع وهائل، فالسينما أصبحت تعتبر سلاحا خطيراً تستخدمه الدول لكونه يوفر لها قاعدة جماهيرية واسعة يمكن التأثير عليها بصورة أسهل وبطريقة أكثر تحديداً من قبل بحيث أن المتابع لهذه الأفلام من غير الدارسين للإعلام قد يغفل عن الكثير من القضايا التي تمس أسس ومبادئ المجتمعات في العالم.

كما أن عمليات التضليل الإعلامي التي تمارس أيضا بحق الكثير من القضايا العربية والعالمية في السينما تعتبر وسيلة لكسب الرأي العام لتحقيق الأغراض والأهداف

المرجوة من الطرف المضلل والتي غالبا ما تكون أهدافاً سياسية للسيطرة على اقتصاد ومدخرات وحضارات دول كثيرة، بالإضافة إلى تهميش المجتمعات من أجل اختراقها بصورة يسيرة وبأقل الأضرار المادية الممكنة .

ولا يمكن إغفال دور الجهات الداعمة للأفلام السينمائية العالمية والتي تستطيع من خلال تمويلها للأفلام التحكم بطريقة عرض بعض القضايا على الجمهور ، مثل قضية صورة العربي المسلم أمام المجتمعات الغربية والتي دائما ما تتعمد إهانة الشخصية العربية وتدنيس المقدسات الإسلامية من خلال طريقة عرض درامية يتم فيها إظهار المذنب الحقيقي وكأنه بطل خارق يستحق كل الاحترام و العكس تماما تجاه الشخصية البريئة التي تظهر بصورة متوحشة في هذه الأفلام .

ومن الجدير بالذكر أن السينما العالمية وبالتحديد هوليوود الأمريكية تُدعم من الحكومة الأمريكية أو المؤسسات و أيضاً من الصهيونية بالمليارات لإنجاح أفلامها التي انتشرت بشكل واسع في بقاع العالم كافة من أفلام درامية إلى كوميدية أو سياسية وإثارة ، وهذا الدعم يهدف لأكثر من جانب أولها الجانب التجاري والإقتصادي الذي يتحقق من الأرباح التي تحققها هذه الأفلام على مستوى العالم ، والجانب الثاني هو تحقيق المصالح المشتركة مع الحركة الصهيونية والتي تتحكم بشكل كبير في صناعة السينما العالمية

وبالتحديد الأمريكية ، فشركات الإنتاج السينمائية العالمية مثل شركة فوكس التي يمتلكها اليهودي وليام فوكس، وشركة غولدن التي يمتلكها اليهودي صاموئيل غولدن ، وأيضا شركة إخوان وارنر يمتلكها اليهودي هارني وارنر وإخوانه وغيرها الكثير، وبالطبع فإن هذه الأفلام التي يتم إنتاجها في السينما الأمريكية تحديدا تكثر فيها القضايا التي تحقق مصلحة اليهود والصهيونية وإقامة دولة إسرائيل المزعومه، كقضية فلسطين التي يتم تضليل حقيقة كونها حقاً للفلسطينيين وتحريفها لتكون أرضاً الميعاد لليهود والإسرائيليين وغيرها الكثير من القضايا التي ستتم مناقشتها في هذه الدراسة .

القضية المهمة في هذه الدراسة هو أن الأفلام الأمريكية العالمية ومنذ زمن تعرض في صالات السينما العربية وتنتشر في الأسواق العربية و تعرض على التلفزيون سواء في القنوات العربية أو القنوات الأجنبية التي تبث في المنطقة العربية وهي تحمل في مضمونها أفكارا سلبية وخطيرة جدا على الأمة العربية، من مضامين اجتماعية تدعو للتفكك ليس فقط الأسري وإنما الإجتماعي ككل وتدعو للحرية في اختيار الشريك الجنسي للحياة وغيرها من القضايا الخطيرة التي تمس مبادئ المجتمعات، هذا بالإضافة للقضايا السياسية والدينية التي تمس القضايا العربية والصورة العربية والإسلامية وأيضا المساس بالمقدسات الإسلامية والرموز الدينية سواء المسلمة أم المسيحية كما حدث مؤخرا بظهور الفيلم المسيء لرسولنا الكريم – محمد – عليه أفضل الصلاة والسلام .

ومن هنا تظهر أهمية إعداد هذه الدراسة والتي تسعى إلى تحليل مضامين مجموعة من الأفلام الأمريكية التي تتعلق بالشخصية العربية والإسلامية وأيضا الأفلام التي تعرض في المنطقة العربية وتحمل مضامين اجتماعية سلبية ، وسيتم ذلك من خلال استخدام منهج تحليل المضمون لأفلام أمريكية في الفترة ما بين العام (2001 إلى العام 2012).

**ثانيا : مشكلة الدراسة**

إن أفلام السينما الأمريكية التي تعرض سواء عالميا أو المتواجدة في السوق العربية ، تحتوي على الكثير من القضايا المتعلقة بالعالم العربي والإسلامي والعديد من القيم المجتمعية التي لا تتناسب مع ما يحمله العالم العربي من التقاليد والعادات العربية والإسلامية على مر العصور ، وهذه الأفلام المعروضة على الشاشات العربية أو شاشات السينما العالمية أو في الأسواق المحلية تسعى إلى تشويه الصورة الحقيقية للمنطقة وتسميم القيم الأخلاقية للشعوب العربية ، بهدف تحقيق أجنداتها السياسية والاقتصادية والدينية والاجتماعية أيضا ، كما أن ما تسعى له السينما الأمريكية مدعوم من اللوبي الصهيوني والجشع الإسرائيلي في السيطرة على موارد المنطقة العربية الطبيعية والجغرافية والبشرية أيضا .

لذلك لو تمعنا في  المضامين السياسية والدينية في الأفلام الأمريكية وبالتحديد التي تتناول الشخصية العربية والإسلامية فإنها تمارس الكثير من التضليل حول حقيقة صورة العربي والإسلام والمسلم ، خصوصا وأنها تربط بشكل دائم ومتعمد بين العربي والإسلام على الرغم من أن العالم العربي به كل الطوائف الدينية ابتداءً من اليهودية مرورا بالمسيحية وانتهاءً بالإسلام. إن مشكلة الدراسة تتمثل في الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي حول الدعاية والتضليل الإعلامي الذي تمارسه الأفلام الأمريكية من خلال دس المضامين السلبية واللاأخلاقية وأنصاف الحقائق السياسية والدينية والاجتماعية في الأفلام الأمريكية والمسيطر عليها من الصهيونية ، والتي تتنافى مع قيم وأخلاق ومعتقدات المنطقة العربية السياسية والدينية والاجتماعية ، و يمكن أن تتضح للقارئ من خلال تحليل مضامين الأفلام الأمريكية التي تتناول الشخصية العربية والإسلامية أو التي تعرض في المنطقة العربية وتباع في الأسواق العربية أيضا ويمارس فيها التضليل والدعاية للعديد من الجوانب وتحديدا السياسية والدينية والاجتماعية .

**ثالثا : أهداف الدراسة**

إن الإنتشار الكبير والواسع للأفلام الأمريكية في العالم العربي و تحديدا خلال السنوات القليلة الماضية ، فتح الأبواب أمام تجار الأسواق العربية لاستيراد شتى أنواع الأفلام الأمريكية والتي تحتوى على مضامين سلبية هائلة تضر بمصلحة الشخصية العربية أو الشخصية الدينية أو حتى الأديان بحد ذاتها ، وأن وجود مثل هذه الأفلام في الأسواق هو بحد ذاته كارثة يجب التصدي لها لما يوجد بها من قيم خطيرة تؤثر على عقول الشباب أو حتى على الجمهور بشكل عام، فهي تستخدم أسلوب الإثارة والتشويق والفكاهه وأساليب أخرى متعددة لجذب المشاهد لها، وعليه فإن هذه الدراسة تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية :

1- التعرف على القضايا الاجتماعية والدينية والسياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية .

2- توضيح الأسس التي تقوم عليها صناعة السينما الأمريكية .

3- بيان صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية .

4- إظهار علاقة الحركة الصهيونية بصناعة السينما الأمريكية .

5- التعرف على القيم الاجتماعية التي أثرت عليها صناعة السينما الأمريكية .

**رابعا : أسئلة الدراسة**

تتمحور الدراسة في سؤال رئيسي هو كيف تتم ممارسة الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية ، وتتفرع عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية :

1- ما القضايا السياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية ؟

2- ما القضايا الدينية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية ؟

3- ما القضايا الاجتماعية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية ؟

4- ما الأسس التي تقوم عليها صناعة السينما الأمريكية؟

5- ما القيم الاجتماعية التي أثرت عليها السينما الأمريكية؟

6- كيف تظهر صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية ؟

7- ما صلة الحركة الصهيونية بصناعة الأفلام الأمريكية ؟

**خامسا : أهمية الدراسة**

إن الإحصائيات الكثيرة التي نشرت في الصحف ووسائل الإعلام العربية و الأجنبية التي تتحدث عن مستوى القراءة في العالم العربي تشير إلى مدى خطورتها ، لكونها نسبة

متدنية جدا على مستوى العالم ، فالقارئ العربي يقرأ صفحة واحدة في السنة كما تشير الدراسات (حوات، 2001، ص82) ، وهذا الأمر يوضح خطورة مستوى الثقافة التي يعاني منها العالم العربي، ومن هنا يتضح أن قلة المعلومات وضعفها لدى الجمهور العربي تسهل كثيرا على الإعلام الغربي للتحرك بحرية والتحريف والتلاعب بحقائق التاريخ العربي أو تشويه الصورة العربية بسهولة كبيرة دون وجود أي تحرك عربي للدفاع والرد على التضليل والدعاية التي تحدث في السينما الأمريكية وخصوصا التي تتناول الصورة العربية . كما أن للإعلام العربي دوراً هاماً في التصدي لهذا النوع من الدعاية ، إلا أن ضعف الموارد الإنتاجية ورؤوس الأموال العربية والتعاون العربي لإنتاج أفلام توضح حقيقة الأكاذيب يعتبر من أصعب التحديات أمام السينما العربية لمواجهتها ، وبما أن التطور التكنولوجي الذي تملكه وسائل الإعلام الغربية لا تصل الدول العربية في مستواه إلى المستوى العالمي ، فإن التحدي أمام المنطقة العربية في عمل تعاون مشترك هو أمر مستحيل في ظل الوضع الراهن. (الزواوي، 2006، ص359)

من هنا تنطلق أهمية الدراسة في أنها تسعى لإثبات وجود قيم لا أخلاقية وتاريخ عربي مشوه في مضامين أفلام السينما الأمريكية المدعومة صهيونياً ، وذلك من باب الحرص على عقول الشباب العربي أو حتى الجمهور العربي من التشويش والتلوث الاجتماعي والسياسي والديني للحفاظ على القيم والأخلاق والدين وحتى التراث والصورة

للإنسان العربي ، بحيث يأتي دور الإعلام العربي و الباحثين العرب في كشف ألاعيب السينما الأمريكية–الصهيونية التي تعرض يوميا على شاشاتنا المتلفزة وفي داخل الأفلام المتناثرة في الشوارع العربية أو ما يقدم عن صورتنا حتى في إعلام العالم، من خلال إيضاح التضليل والدعاية المدسوسة في كل القضايا الدينية والسياسية والاجتماعية داخل السينما الأمريكية بشتى الأساليب والطرق المتاحة .

**سادسا : حدود الدراسة**

**الحد المكاني /**

يكون باختيار عينة قصدية من الأفلام الأمريكية التي تتحدث عن قضايا تختص بالأمة العربية و الإسلامية وأيضا الأفلام التي تتضمن مفاهيم وقيماً اجتماعية سلبية معينة وتعرض على الشاشات العربية المتلفزة أو السينمائية ، وقد تم اختيار الأفلام على أساس توافق المضمون مع هدف الدراسة للتوصل للنتيجه النهائية.

**الحد الزماني /**

تم اختيار الزمن من فترة شهر " يناير–2001 إلى ديسمبر –2012 " ، من خلال اختيار عينة قوامها ثلاثة أفلام لكل سنة أي ما يساوي 36 فيلماً ، ويعود سبب اختيار هذه الفترة الى:

1- حدوث أحداث 11 سبتمبر/2001 والتي أدت إلى ازدياد أعداد الأفلام التي تهاجم الشخصية العربية والإسلامية .

2- ازدياد عدد القنوات العربية المختصة – والتي تبث الأفلام الأمريكية المحتوية على مضامين سلبية لا أخلاقية في أفلامها .

3- اختيار أقرب فترة ممكنة للوقت الحالي بحيث يكون تفسير تحليل الأفلام مواكب لما يحدث حاليا من عمليات التضليل والدعاية .

**سابعا : مصطلحات الدراسة و تعريفاتها الإجرائية**

**الدعاية / Propaganda**

- يعرف كاتلر الدعاية بأنها المحاولة المقصودة التي يقوم بها فرد أو جماعة من أجل تشكيل اتجاهات جماعات أخرى أو التحكم فيها وتغييرها ، وذلك عن طريق استخدام وسائل الاتصال والهدف من ذلك هو أن يكون رد فعل الذين تعرضوا لتأثير الدعاية في أي موقف من المواقف هو نفسه الذي يرغبه الداعية . (العساف،2012،ص177) .

- هي محاولة إقناع الجمهور بوجهة نظر معينة ، وقد يكون موضوع الإقناع سياسيا أو اقتصاديا أو دينيا ، وذلك من خلال عمليات عقلية أوعاطفية ، حيث أن الدعاية تحاول تجاوز الخطاب العقلي (استخدام الحقائق والأرقام ) وتجنح ناحية الخطاب العاطفي المؤثر في المشاعر والأحاسيس ، وقد أتاحت الامكانات التكنولوجية إمكانية تشويه المعلومات وتقديمها من خلال وسائل الاتصال لعدد كبير من الناس . (أبو عيشة ،2011،ص110)

- ويعرف إبراهيم إمام الدعاية بأنها أسلوب من أساليب الاتصال بالجماهير عن طريق اللفظ أو الإشارة أو العمل الرمزي ، وهي تخلق جوا من الإغراء أو الإستهواء بصرف النظر عن الموضوع الذي ترمي إلى الإستمالة إليه ، وتستخدم الدعاية كل الأدوات المتاحة ، وتتوغل في جميع مظاهر الحياة وتغزو كل مظاهر الفكر والعمل. (أبو عيشة ،2011،ص110)

و التعريف الإجرائي للدعاية في هذه الدراسة بأنها الدعاية الأمريكية التي تهدف إلى التأثير في اتجاهات الناس وآرائهم وسلوكهم من خلال الأفلام السينمائية الأمريكية، التي تنشر معلومات وحقائق أو أنصاف حقائق أو حتى أكاذيب في محاولة منظمة للتأثير على

الرأي العام، بالتالي هي عملية تلاعب بالعواطف والمشاعر يقصد فيها الوصول لخلق حالة من حالات التوتر الفكري والشحن العاطفي.

**التضليل الإعلامي / Disinformation**

- خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية وذلك بهدف ايقاع الخصم في الخطأ بينما هو يفكر بشكل صحيح (شفيق ،2011، ص24) بحيث يتم اغراق وسائل الإعلام بأكثر الأخبار تناقضا وتفقد أي معنى عند استعمالها ، اذ يضيع المشاهد أو القارئ في غابة من الإشارات والعلامات والمؤشرات التي تلغي بعضها البعض ، بفعل الإفراط في ضخ المعلومات والأخبار وبفعل فوضى المعلومات والأخبار .

- تعريف الباحث الفرنسي فرنسوا جيريه ، أن التضليل الإعلامي هو مشروع منظم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيلة ، وليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الإضطراب وهدم المعنويات ويعمل التضليل على جميع مستويات أصحاب القرار حتى المواطنين العاديين ، كما يجعل من وسائل الإعلام أداةً لنشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام. (نقلا عن صحيفة البيان الإماراتية ، جيريه ،2011 )

ويعرف التضليل الإعلامي اجرائياً في هذه الدراسة بأنه الطرق الملتوية المستخدمة في الأفلام الأمريكية لتحويل المعلومات عن مؤدَّاها الطبيعي ومسارها الحقيقي، بغرض التأثير على الرأي العام وخداعه .

**الحرب النفسية / Psycological War**

- الحرب النفسية هي استخدام كافة الوسائل المتاحة وغير المتاحة وتوظيفها توظيفا مبرمجا لتشكيك الخصم في موقفه وقدراته وبالتالي إضعافه ثم اختراقه وفرض الإرادة عليه لتحقيق أهداف معينة مخططا لها.

- ويعرف فخري الدباغ / شن هجوم مبرمج على نفسية وعقل العدو سواء كان فرداً أو جماعة لغرض إحداث التفكك والوهن والإرتباك فيهما وجعلهما فريسة مخططات وأهداف الجهة صاحبة العلاقة مما يمهد للسيطرة عليها وتوجيهها الوجهة المقصودة ضد مصلحتها الحقيقية أو ضد تطلعاتها وآمالها في التنمية أو الإستقلال أو الحياد . (نوفل،1989،صفحة34 ) .

وتعرف الحرب النفسية إجرائياً في هذه الدراسة بأنها إستخدام القائمين على صناعة السينما الأمريكية لكل أشكال الدعاية وشتى الأساليب النفسية للتأثير على آراء و أفكار وسلوك المشاهدين لتحقيق بعض أهداف القائمين على صناعة الأفلام الأمريكية.

**الإقناع : Persuation**

- الجهد المنظم المدروس الذي يستخدم وسائل مختلفة للتأثير على آراء الآخرين وأفكارهم بحيث يجعلهم يقبلون ويوافقون على وجهة النظر في موضوعٍ معين ، وذلك من خلال المعرفة النفسية والاجتماعية لذلك الجمهور المستهدف .

ويعرف الإقناع إجرائياً في هذه الدراسة بأنه الوسائل التي يستخدمها القائمون على صناعة السينما الأمريكية لتغيير المواقف أو المعتقدات أو السلوك للمشاهدين من خلال رسائل يتم تضمينها في الأفلام التي يتم عرضها.

**اللوبي : Lobby**

- تطلق كلمة اللوبي على جماعات الضغط التي يجلس ممثلوها في الردهة الكبرى و يحاولون التأثير على أعضاء هيئة تشريعية ما مثل مجلس الشيوخ أو مجلس النواب ويعدونهم بالأصوات أو بالدعم المالي لحملاتهم الإنتخابية أو بالذيوع الإعلامي إن هم ساندوا مطالبهم وساعدوا على تحقيقها ويهددونهم بالحملات ضدهم وبحجب الأصوات عنهم إن هم أحجموا عن ذلك.

ويعرف اللوبي إجرائيا في هذه الدراسة بأنه اللوبي الصهيوني الذي تورد الباحثة له مجموعة من التعاريف وذلك على النحو الآتي:

- اللوبي الصهيوني بالمعني المحدد: تشير كلمة لوبي في هذا السياق إلي لجنة الشئون العامة الإسرائيلية الأمريكية (ايباك AIPAC ) وهي من أهم جماعات الضغط ومهمته كما يدل إسمه الضغط علي المشرعين الأمريكيين لتأييد الدولة الصهيونية ويتم ذلك بعدة سبل من بينها تجميع الطاقات المختلفة للجمعيات اليهودية و الصهيونية وتوجيه حركتها في إتجاه سياسات وأهداف محددة عادة تخدم إسرائيل كما أن اللوبي يحاول أيضا أن يحول قوة الأثرياء من أعضاء الجماعات اليهودية (وخصوصا القادرين علي تمويل الحملات الانتخابية)وأعضاء الجماعات اليهودية علي وجه العموم(أصحاب ما يسمى الصوت اليهودي) إلى أداة ضغط على صناع القرار في الولايات المتحدة فيلوح بالمساعدات والأصوات التي يمكن أن يحصل المرشح عليها إن هو ساند الدولة الصهيونية والتي سيفقدها لا محالة إن لم يفعل.

- واللوبي الصهيوني بالمعني العام الشائع للكلمة: وهو إطار تنظيمي عام يعمل في داخله عدد من الجمعيات والتنظيمات والهيئات اليهودية والصهيونية تنسق فيما بينها من أهمها : مؤتمر رؤساء المنظمات اليهودية الكبرى والمؤتمر اليهودي العالمي واللجنة اليهودية الأمريكية والمؤتمر اليهودي الأمريكي والمجلس الاستشاري القومي لعلاقات الجامعة اليهودية.

**الإستعمار الثقافي:** هو شكل من أشكال الإستعمار، أي بمعنى أن تحاول أمّة التدخل بسياسة أو اقتصاد أمّة أخرى بٌغية السيطرة عليها، عن طريق تشجيع أو تفريق ثقافة أو لغة شعب على شعب آخر. وبالتالي تقسيمها طائفياً أو اقتصادياً وهذا يكون عادةً عندما تصبح ثقافة أو اقتصاد أو القوة العسكرية لأُمة معينة أقوى على شعب أمة أقل قوة (الأسد، 1997، ص28). ويعرف الإستعمار الثقافي إجرائياً في هذه الدراسة بأنه الغزو الثقافي الموجه من خلال الأفلام الأمريكية ، بغرض التأثير على ثقافات الشعوب الأخرى المتلقية لهذه الأفلام.

**الإستعمار اللغوي :** هو أحد حالات الإستعمار الثقافي باعتبار أن اللغة من أهم مكونات الثقافة حيث يتم صناعة المصطلحات في الغرب وترديدها في وسائل الإعلام ، وتصديرها للخارج، الأمر الذي يؤثر على هوية الشعوب المتلقية لهذه المصطلحات (بركات، 2013، ص3). ويعرف إجرائياً بأنه الآثار اللغوية التي تتركها مشاهدة الأفلام الأمريكية على المخزون اللغوي للمواطن العربي والإسلامي الذي يستسلم لها ويرددها ، وتصبح أمراً واقعاً في قاموسه اللغوي .

**الإستعمار الإعلامي:** هو نمط استعماري جديد يتمثل في هيمنة الدول الكبرى على وسائل الإعلام مما أدى إلى خضوع الدول الصغرى ثقافياً من خلال هيمنة الدول الكبرى على

التكنولوجيا الحديثة والنظام الإقتصادي العالمي ووسائل الإعلام.(حارص، 2008، ص42).

ويعرف إجرائيا في هذه الدراسة بأنه قدرة القائمين على السينما الأمريكية على توظيف التكنولوجيا لإبهار المتلقي ثقافياً وإخضاعه لغزو فكري وثقافي خطير.

**الاستعمار المعلوماتي:** وهو الإستعمار الموجه من خلال شبكات الإتصال الحديثة من قبل الدول المسيطرة على مصادر المعلومات والمتحكمة في نشرها (الرحباني، 2014).

**الإستعمار الالكتروني:** استعمار فضائي للسيطرة على العقول والتأثير على الإتجاهات والرغبات والإعتقادات وأنماط الحياة والإستهلاك والسلوك وذلك من خلال العولمة وثورة تكنولوجيا المعلومات مثلما يعني الهيمنة على ثقافات الشعوب (الرحباني، 2014).

# الفصل الثاني

## الإطار النظري والدراسات السابقة

### المبحث الأول : الإسناد النظري للدراسة

- أولاً : نظرية الغرس الثقافي
- ثانياً : نظرية حارس البوابة

### المبحث الثاني : أدبيات الدراسة

- أولاً : الدعاية الاعلامية
- ثانياً : التضليل الإعلامي
- ثالثاً : صناعة السينما
- رابعاً : صورة العرب والمسلمين في السينما الامريكية
- خامساً : الصهيونية وأثرها على السينما الأمريكية
- سادساً : القيم التي تنشرها السينما الأمريكية

### المبحث الثالث : الدراسات السابقة

- أولاً : الدراسات العربية
- ثانياً : الدراسات الأجنبية
- ثالثاً : ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

## المبحث الأول

## الإسناد النظري للدراسة

يمكن تفسير هذه الدراسة في ضوء النظريات الإعلامية الآتية:

### 1- نظرية الغرس الثقافي:

جاءت نظرية الغرس الثقافي لرائدها العالم البريطاني George Gerbner لتبرهن أن وسائل الإعلام تخلق لمشاهديها على المدى الطويل واقعاً خاصاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة فيما بعد، ويرى فرنير أن الناس في المجتمعات الغربية يتأثرون بالواقع المصنوع لهم من قبل وسائل الإعلام وأنهم يتصرفون ويعيشون على واقع غير الواقع الحقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين (حوات، 2002، ص2).

وتعود البدايات الأولى لأفكار هذه النظرية إلى (George Gerbner) في نظرية الاتصالات البشرية عندما قال إن التلفاز يعتبر قوة مسيطرة في تشكيل المجتمع الحديث، وكانت هذه الأفكار نتيجة جهود بحثية في تأثيرات التلفاز على الجمهور الأمريكي عندما اجتاحت الولايات المتحدة الأمريكية، موجة من العنف والاضطرابات والجرائم والاغتيالات في نهاية الستينات من القرن العشرين الماضي (Gerbner and Gross, 1976, p186).

إن نظرية الغرس الثقافي مستمدة من عدة مشاريع بحثية واسعة النطاق كجزء من مشروع بحثي شامل بعنوان 'المؤشرات الثقافية'، وكان الغرض من مشروع المؤشرات الثقافية معرفة وتتبع أثار التلفزيون المنغرسة على المشاهدين. وقد كانوا "قلقين من آثار البرامج التلفزيونية (البرامج العنيفة على وجه الخصوص) على مواقف وسلوكيات الرأي العام الأميركي" (Miller, 2005, P281).

**أهداف نظرية الغرس الثقافي:**

تهدف هذه النظرية إلى قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الإعلام، وأثر تكرار المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة على إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي والواقع الصوري الذي تقدمه وسائل الإعلام (شقير، 2002، ص8).

ومن جانب اخر فإن نظرية الغرس الثقافي تعتمد على هيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين، فأنه يعتبر أيضاً كمصدر للمعلومات والمعارف (Berry, 2003, P12) .

**افتراضات النظرية:**

تفترض النظرية مفهومين رئيسيين في عمليات الغرس وهما: الاتجاه السائد، الصدى أو الرنين، ويقصد بالاتجاه السائد: عملية التجانس بين الأفراد ذوي درجة الكثافة الواحدة في اكتساب الخصائص الثقافية المشتركة التي تقدمها وسائل الإعلام، وبالتالي يمكن الكشف عن

التباين في إدراك العالم الخارجي بين الذين يشاهدون وسائل الاعلام بدرجة أقل وبين الذين يشاهدونها بكثافة كبيره، وعليه فإن الاتجاه السائد هو: عبارة عن نسيج من المعتقدات، والقيم والممارسات التي تقدمها وسائل الاعلام في صور مختلفة، ويتوحد معها كثيفو المشاهدة ولا تظهر بينهم الفروق كبيرة في اكتساب هذه الصور أو الأفكار بإختلاف خصائصهم الاجتماعية أو السياسية، وبالتالي فإن الاتجاه السائد يشير إلى سيطرة وسائل الاعلام في غرس القيم والأفكار بشكل يجعل الفوارق تقل أو تختفي بين الجماعات ذات الخصائص المتباينة.

أما الصدى أو الرنين فهو التأثيرات المضافة للمشاهد بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين، وبذلك فأن المشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة المضامين التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات.

كما تقوم نظرية الغرس على مجموعة من الفروض الفرعية هي( Gerbner and Gross, 1976, p187):

1. يتعرض الأفراد كثيفو المشاهدة لوسائل الاعلام للتأثر بدرجة أكبر من قليلي المشاهدة بسبب أن قليلي المشاهدة يتعرضون لمصادر متنوعة، ومصادر شخصية أخرى.

2. تختلف الأعمال السينمائية عن غيرها ، وأن الغرس الذي تحدثه هو نتيجة التعرض والاستخدام غير الانتقائي من قبل الجمهور.

3. تقدم الاعمال السينمائية عالماً متماثلاً من الرسائل الموحدة والصور الرمزية عن المجتمع بشكل موحد أو متشابه عن الواقع الحقيقي.

4. يزيد حدوث الغرس عند اعتقاد المشاهدين بأن الدراما واقعية وتسعى لتقديم حقائق بدلاً من الخيال والنماذج المفسرة لعملية الغرس.

**2- نظرية حارس البوابة:**

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل الأمريكي الجنسية كيرت ليون سنة 1947 في تطوير ما أصبح يعرف بنظرية حراس البوابة الإعلامية Gatekepers ، و تعتبر دراسة ليون من أفضل الدراسات المنهجية في مجال القائم بالاتصال ، حيث يرى أنه طوال الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) تشبه حواجز التفتيش ، و في هذه النقاط يتم إصدار التصريحات أي تقرير ما يمر و ما لا يمر من الأخبار والمعلومات، ويسمى الأفراد الذين يقفون عليها " حراس البوابة " ، وهم يمثلون وظائف متعددة مثل الناشرين ، المحررين ، مديري المحطات وغيرهم ممن لهم سلطة تقييم محتوى الإعلام لتحديد علاقته و قيمته بالنسبة لجمهور المتلقين ، و بالتالي تقرير

الموضوعات التي تنشر أو التي ينبغي إعادة صياغتها بصورة معينة أو تلك التي يجب إهمالها(رشتي، 1975، ص53).

**محتوى نظرية حراس البوابة**

تمر الرسالة الإعلامية بمراحل عديدة ، و هي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي ، و تشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات ، أي وفقا لاصطلاحات هذه النظرية فإن المعلومات في عملية الاتصال هي مجرد سلسلة تتصل حلقاتها .

ونجد قدر المعلومات التي تخرج من بعض تلك الحلقات أو الأنظمة أكثر مما يدخل فيها، لذلك يسميها شانون أجهزة تقوية، فأجهزة التقوية أي وسائل الإعلام تستطيع أن تصنع ( في نفس الوقت) عدد كبير جدا من الرسائل المتطابقة مثل نسخ الصحف وتوصيلها إلى الجمهور، كما توجد في هذا النوع من السلاسل شبكات معينة من الأنظمة داخل الأنظمة ، فوسائل الإعلام نفسها هي شبكات من الأنظمة المتصلة بطرق معقدة ، بحيث تقوم بوظيفة فك الرموز وتفسير وتخزين المعلومات ، ثم وضعها مرة أخرى في رموز ، و هي الوظيفة التي يؤديها كل القائمين بالاتصال، و يساعد أسلوب عمل هذه الشبكات واقع المجتمع الذي ترتفع فيه نسبة المتعلمين ودرجة التصنيع ، حيث يزداد الاعتماد على سلاسل وسائل

الإعلام، عكس المجتمع الذي تنخفض فيه نسبة المتعلمين ودرجة التصنيع فتنتقل فيه غالبية المعلومات عن طريق سلاسل الاتصال الشخصي .

ومن الأمور الجديرة بالملاحظة هنا أن المجتمعات التي تخضع فيها وسائل الإعلام للسيطرة القومية يبدأ الأفراد في التشكيك في صدق ما تنشره وسائل الاتصال الجماهيرية ، و من هنا يصبح الاتصال الشخصي ألمواجهي مهما جدا لتكملة نواحي نقص ما تبثه تلك الوسائل من رسائل في شكل إشاعات و أقاويل و معلومات خفية .

ومن الأهمية بما كان أن نعرف كيف تعمل سلاسل الاتصال و كيف تنتقل المعلومات في جميع أنحاء المجتمع ، و من الحقائق الأساسية التي أشار إليها كيرت ليون أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية ، أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما ، و مفهوم " حراسة البوابة " يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته ، و كيف سيمر ، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف .

وبمعنى آخر هناك مجموعة من حراس البوابة يقفون في جميع مراحل السلسلة التي يتم بمقتضاها نقل المعلومات، ويتمتع أولئك الحراس بالحق في فتح البوابة أو غلقها أمام أي

رسالة تأتي إليهم ، كما أن من حقهم إجراء تعديلات على الرسالة التي ستمر ، و حراس البوابة هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأخبار، وهم مصادر الأنباء الذين يزودون الصحفيون بالأنباء، وهم أفراد الجمهور الذين يؤثرون على إدراك و اهتمام أفراد آخرين من الجمهور للمواد الإعلامية .

لهذا فحارس البوابة الذي يقول " نعم " أو " لا " بشأن الرسائل التي تصله على طول السلسلة يلعب دورا مهما في الاتصال الاجتماعي، وبعض حراس البوابة أهم من غيرهم حسب مراكزهم الاجتماعية في التنظيم الاجتماعي ، أو ما يعرف بأصحاب النفوذ أو قادة الرأي والصفوة من المجتمع الذين يتمتعون باحترام كبير (رشتي، 1978، ص66).

وبالمجمل فإن نظرية حارس البوابة الإعلامي لعبت دورا مهما ومؤثرا في عملية انسياب المعلومات إلى الجمهور ويتحكم فيها من ناحيتين :

1- تتحكم الاعتبارات الشخصية لحراس البوابة في صنع ما يشاء أو إدخال ما يشاء من مواد وقد تكون تلك الاعتبارات سياسية وإعلامية مقصودة يراد من خلالها إحداث تغيير ثقافي أو اجتماعي في الجمهور المستهدف .

2- من خلال ما يحجبه الحارس الإعلامي عن الجمهور فإذا كان قد سمح بمرور وسائل إعلام معينة فإنه قد حرمهم من الأخرى ، ويؤكد هذا المفهوم على الأكثر أهمية ،

ليس الذي تم عرضه على الجمهور بل الذي لم يتم عرضه ، وفي هذا إشارة إلى أن وسائل الإعلام قد تلجأ أحيانا إلى حجب الحقيقة أو المواد الإعلامية التي يحتاجها لدعم ثوابته الثقافية وحماية بنيانة الاجتماعي ودفع عجلة التنمية بخطى منسجمة مع الثوابت وذلك البنيان(رشتي، 1978، ص69).

ولقد اختارت الباحثة هذه النظريات لانها تتوافق مع تفسير أثر الافلام على توجيه السلوك وتغيير القيم وهو محور هذه الدراسة.

فمثلا يشير الفرض الأساسي لنظرية الغرس إلى أن المشاهدين بكثافة عالية يميلون إلى تبني المعتقدات التي تعرض من خلال القنوات الفضائية عن العالم الواقعي وذلك أكثر من منخفضي المشاهدة، أي أن الأكثر تعرضا للافلام هم الأكثر تاثرا بمضامينها الثقافية والقيمية.

أما حارس البوابة فهي تركز على الرسالة الإعلامية أي من ناحية مرورها من خلال المصدر (الأفلام) الى المستقبِل (المشاهدين) .

## المبحث الثاني

## أدبيات الدراسة

### أولاً :الدعاية الإعلامية

تعد الدعاية من الأساليب الإعلامية التي تُدار بها منظومة العالم في تحديد شكل العلاقات الدولية وفق قانون سياسة السيطرة والإرهاب التي تنتهجها دول العالم، وقد ساهم التطور التكنولوجي في زيادة تأثير الدعاية في الجماهير، فأصبحت الدول تبث وترسل أفكارها بغرض إحداث التأثير والسيطرة على الإتجاهات، مُوَظّفةً في ذلك النظريات الحديثة في علم النفس والإجتماع والإعلام، والتي تمكّن من تعميق التأثير على الجماهير.

فالدعاية هي جهود مخططة ومتواصلة تعمل في جميع الأوقات وتزدهر في أوقات الحرب والأزمات، وتُسمى بالحرب النفسية، وتستخدم الإستراتيجيات النفسية المختلفة في إدارة الصراع والأزمات.

ويمكن القول أن الدعاية تمثل ذلك النشاط المخطط لهُ لتقديم الأخبار والمعلومات والحجج والإستمالات بهدف التأثير على معتقدات وأفكار وسلوك جماعة محددة من خلال إستخدام الرموز كل من (الكلمات، الحركات، الأعلام، الملابس، العملات المعدنية، الموسيقى، الطوابع البريدية إلخ..)(رشتي، 1985، ص286)

لذا ستركز الباحثة في هذا الجزء على أساليب الدعاية والتضليل الإعلامي، في ظل زيادة استخدام الدعاية وتعدد فنونها وأساليبها، وخطورتها في التأثير على الرأي العالمي والإقليمي والوطني. إضافة لاستهداف وسائل الإعلام والأجهزة الغربية للإسلام وإظهاره كديانة تقف ضد الديموقراطية، وحقوق الإنسان، وتشويه صورة المسلمين بإلصاق تهمة الإرهاب للدين الاسلامي، وتوظيف معطيات علم النفس ونظرياته في التأثير وإدارة الصراع في حرب الإعلام وحرب الكلمات.

**مفهوم الدعاية :**

يعرف الدكتور حامد ربيع الدعاية بأنها عملية الإثارة النفسية، ويقصد بها الوصول إلى تلاعب معين في المنطق فإذا بنا إزاء إستجابة ما كان يمكن أن تحدث لو لم تحدث هذهِ الإثارة العاطفية، الدعاية بهذا المعنى لا تفترض سوى التلاعب بالمنطق كما تتجه إلى الصديق فإنها تتجه إلى غير الصديق (ربيع، 1989، ص33).

ولقد تعددت تعاريف الدعاية، وأصبح مفهومها مثار جدل وخلاف بين الباحثين، وذلك لأن الدعاية اصطلاحاً أو مفهوماً ارتبط بمعان ودلالات سلبية، وبالتالي فإن تعريفها بشكل موسع قد يُدخِل الشخص في جدلٍ واسع النقاش.

وفي ضوء إستعراض المعاجم اللغوية يمكن الوقوف على المعاني اللغوية الآتية للدعاية:

في المنجد وردت كلمة الدعاية في مشتقات كلمة "الدعوة" من دعا والمقصود نشر الأفكار(معلوف، 1860، ص218). وفي المورد ورد معنى الدعاية بأنها نشر الفكرة أو الترويج للمذهب(البعلبكي، 1977، ص730)

ومن الناحية الإصطلاحية عرفها بلومر بأنها حملة موجهة تُثار بغرض غرس موقفٍ من المواقف أو قبول قيمة من القيم ولا تقف في سعيها لحمل الناس على هذا الرأي أو ذاك وإنما هي عملية مستمرة تهدف للتشكيك في الأفكار (Bloumer, 1995, p29)

كما تُعرّف بأنها الإستخدام المقصود القائم على التخطيط لأي صورة من صور الإتصال بهدف التأثير في عواطف الناس وإتجاهاتهم النفسية على بقية العناصر العقلية، وفي سلوكهم لتحقيق أغراض مُحددة تخدم مصالح القائم بالدعاية (نور، 2013، ص306).

بينما أشار(حاتم، 1994، ص 135) أن الدعاية أو "البروبجندة Propaganda" هي كلمة إنجليزية مشتقة من الفعل Propagate ومعناه التنشئة والتنمية، ومفهومه نشر الآراء والعادات ونقلها من شخص إلى آخر ومن جيل إلى جيل، كما يشير إلى أنها فن

التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير والتغريب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك.

ويقول لاسويل إن الدعاية تتخذ شكل وسائل قد تكون صورا كلامية أو خطية أو تصويرية أو موسيقية ثم فسر ذلك بقوله ليست القنابل ولا الخبر، بل الكلمات والصور والأغاني والإستعراضات والحيل الأخرى المتعددة هي الوسائل النموذجية للدعاية، بالتالي فإن الدعاية هي "الإحتيال عن طريق الرموز "(Lasweil, 1994, p108).

كما أشار (أبو عيشة، 2011، ص109) إلى أن تعاريف الدعاية تعددت بتعدد الباحثين، وإن كانت غالبية المفاهيم تربط بين الدعاية والكذب والتشويه والتحريف، فهناك من يرى أن مدلول كلمة الدعاية في لغة الإعلام المعاصرة أصبح مشوباً بالكذب فهي عند جمهور الباحثين في الإعلام صنع الإنطباعات المقصودة بغض النظر عن الحقيقة هل هي موجودة أم غائبة تماما، أو منقوصة في المادة التي يراد إحداث التأثير بواسطتها .

وبغض النظر عن أي من التعريفات السابقة التي يتناولها الفرد، نجد أن هناك أفكارا جوهرية محددة عن الدعاية، مثل : المناورة البارعة للتأثير، الإدارة الهادفة، الخطة المدروسة، خلق الرغبات، النهاية المفترضة سلفا، إستثارة المواقف، هدف محدد، الحث على الفعل، الإقتراح وخلق الميول .. ومن كل هذه المصطلحات يمكن للباحثة أن تعرف الدعاية بأنها "

المحاولة والجهود أو النشاط الذي يهدف إلى التأثير على الشخصيات والتأثير على سلوكهم في مجتمع ما في وقت محدد، من خلال التأثير على اعتقاداتهم السابقة بواسطة رسائل مصممة بصورة موسعة لجذب وإستثارة عواطفهم أو الجوانب اللاعقلانية فيهم وذلك من أجل تحقيق أهداف تعد غير علمية ومشكوك فيها " .

ويؤكد (حاتم، 1994، ص 152) أن من عوامل قوة الدعاية عامل خفة الروح والدعابة والنكتة، فمن المعروف أن الدعابة وخفة الروح في الدعاية لها أهمية كبرى فإذا لم يكن الداعية نفسه خفيف الظل وله تأثير روحي على الرأي العام في دعايته لا بد أن يفشل، وهذا العمل الخاص بالداعية وشخصيته وخفة روحه هام جدا، بل هو عامل سيكولوجي في الداعية لا يمكن أن يكتسبه من فراغ.

إن عملية الدعاية تلعب دورا كبيرا في التأثير على سلوك الفرد والجماعة باستخدام وسائل الإعلام، فهي تستهدف عقول الناس في محاولة منها للتغيير والسيطرة على سلوك الأفراد ،حتى أنها يمكن أن تساهم في زيادة الوعي لدى الفرد وتجعله يكون إتجاهات سليمة وتعديل ما يحتاج إلى تعديل وذلك بطرق علمية مدروسة قائمة على أسس علم النفس وعلم النفس الاجتماعي(أبو إصبع 1999، ص23)

**حقول الدعاية:**

إن الدعاية بمعناها الواسع تشمل الحقول التالية: (أبو عرقوب ،1993، ص173)

1-العمل النفسي :حيث يسعى الدعائي إلى تعديل الآراء بطرق سيكولوجيه بحته، وغالبا ما يتابع هدفا شبه تعليمي ويخاطب بنفسه مواطنيه.

2-الحرب النفسية: وهنا يتعامل الدعائي مع خصم أجنبي ويسعى إلى تحطيم معنوياته بأساليب نفسية ومنطقية، ومن ثم يبدأ الخصم بالشك بمعتقداته وبأفعاله.

3-إعادة التعليم وغسيل الدماغ: وهي طرق معقدة لتحويل الخصم إلى حليف ويمكن إستخدامها فقط مع السجناء.

4-العلاقات العامة والإنسانية: وهو يرى أنه يجب إدخالها ضمن الدعاية لأنها تسعى إلى تكيف الفرد مع المجتمع مع نمط معيشة أو نشاط ما، وهي تستخدم لتجعل الفرد منسجما معها وهو هدف الدعاية .

**أنواع الدعاية:**

تتباين أشكال الدعاية وفقاً للفئة الموجهة إليها، كما يلي: (رشتي، 1985، ص37)

- الدعاية الاستراتيجية : وتُوجّه ضد الشعوب المعادية لبث روح الاستسلام واليأس .

- الدعاية التكتيكية: وتُوجّه ضد القوات المعادية المسلحة لبث روح الهزيمة .

- الدعاية الخاصة: وهي موجهة للبلاد المحايدة بغرض كسب تأييدها .

- الدعاية البيضاء: وهي الدعاية الصريحة العلنية ومصدرها معروف، وتتحمل الدولة مسؤولياتها وتستخدم فيها جميع وسائل الإعلام.

**الدعاية وعلاقتها بعلم النفس وعلم الاجتماع**

لقد تبنت الدعاية ميادين علمية ولم تعد تستخدم حيلاً ساذجة، وهذا يتجلى في المظاهر التالية: (أبو عرقوب،1993، ص176)

– أصبحت الدعاية الحديثة ترتكز على التحليلات العلمية في ميداني علم النفس والإجتماع، وأصبح الدعائي يبني تكنيكاته على معرفته للإنسان، ميوله ورغباته وحاجاته وميكانيزماته النفسية وظروفه، ويعتمد كثيرا على علم النفس وبالأخص على علم النفس الإجتماعي.

– إن الدعاية أصبحت علمية، إذ تميل إلى تأسيس مجموعة من القوانين الدقيقة والصارمة والتي جرى اختبارها.

– ما يحتاجه الدعائي الآن هو تحليل دقيق للظروف وللفرد الذي سيتعرض للدعاية ضمن تلك الظروف،لأن نوعا من الدعاية لأفراد في ظرف ما تكون نافعة، ولكنها لا تنجح في ظروف أخرى أو مع أفراد آخرين.

– ازدادت محاولات السيطرة على إستخدام الدعاية وقياس نتائجها وتحديد تأثيراتها. وأصبح يسود ما يمكن أن نسميه بالدعاية العقلانية.

وتؤكد الدراسات على أهمية الجانب النفسي للفرد في الدعاية، كما أن فعالية الدعاية محكومة بنوعين من الظروف هما الظروف الخارجية مثل ظروف الحرب، تغير وسائل الإنتاج، وأخرى داخلية أو سيكولوجية ترافق تغير الظروف الخارجية(أبو إصبع،1999، ص 184).

والباحث في مجال الدعاية وعلاقتها بالجانب النفسي للإنسان يتوصل إلى أن الدعاية كمفهوم، الدعاية بأنواعها ، أساليبها، شروط وجودها ونجاحها، ومختلف الأساليب الإقناعية المستخدمة في الدعاية ، كلها مرتبطة بالجانب السيكولوجي للإنسان، فالدعاية كنمط من أنماط الإتصال والتواصل ترتبط بالفرد من حيث أنها تنطلق من دراسة مكوناته الشخصية وأخذ خصائصه النفسية بعين الإعتبار، إلى محاولة التأثير على شخصيته واستمالته لتقبل الفكرة أو المنتج الذي تعرضه عليه، وفي كثير من الأحيان محاولة تغيير إتجاهه نحو بعض المواضيع .

من هنا تكمن أهمية العناية بموضوع الدعاية من حيث أن لها قدرة كبيرة على التأثير على الفرد وتكوين الإتجاهات والآراء وتعديل السلوك وخلق شعور جماعي من الرأي العام حول موضوع الدعاية(ياسين،1981، ص231)

وتستخدم الدعاية وسيلة إتصالية أو أكثر في حملاتها الدعائية من صحافة ، إذاعة وتلفزيون ...الخ. وكل وسيلة إعلامية لها مميزاتها، وهي ذات فعالية وتأثير في جانب أكثر من غيرها، ولذا فان الدعائي الناجح يحاول التأثير باستخدام وسيلة أو أكثر حسب هدفه ، لأن الدعاية تحاول تطويق الإنسان من كل السبل الممكنة في حقل المشاعر والأفكار، وذلك بمخاطبة إرادة الإنسان أو حاجته من خلال وعيه أو لاوعيه، ولا يقتصر تأثير الدعاية عبر وسائل الإتصال على تغيير الأفكار، ولكنها تقوم بتعزيز الآراء وتحويلها إلى أفعال أيضاً (أبو إصبع،1999، ص 188)

ومن هذا المنطلق ظهرت عدة أنواع للدعاية منها الدعاية السياسية، الدينية، الاجتماعية، وتتفق كلها في الهدف من حيث سعيها إلى تغيير في أنماط تفكير أو سلوك الأفراد في المجتمع وفي محاولة تمرير آيديولوجياتها من خلال السياق الإجتماعي (عبدالله،2008،ص 161).

**الدعاية من المنظور الأمريكي:**

تعد الولايات المتحدة من أكثر الدول إستخداماً للدعاية الإعلامية في ظل الحرب النفسية المعلنة وغير المعلنة على مجموعة من الأعداء التي صنعتهم من نسج خيالها، لتحقيق مصالحها والوصول إلى مآربها(Hosenball, et al.,2003, P8)، ويطلق أصحاب النظريات الأمريكية على أساليب حرية الدعاية التي انحدر إليها الإعلام الأمريكي، ما يعرف باللجوء إلى "القوة الناعمة" وهي القدرة على ما تريده عبر إقناع الآخرين باحتضان أهدافك، في مقابل " القوة الصلبة" وهي اللجوء إلى استخدام أساليب الضغط الإقتصادي والقوة العسكرية وإجبار الآخرين على الرضوخ والإذعان . وفي رأي الإدارة الأمريكية في البيت الأبيض والبنتاجون أن الحرب ضد الإرهاب و من أجل الديموقراطية تقتضي إستخدام القوتين معا الناعمة والصلبة بحسب مدى قرب الطرف الآخر أو بعده وتصنيفه كعدو أو صديق طبقا للمقولة السائدة كل شيء مباح في الحب والحرب، وفي هذه الحالة فإن القوة الناعمة تنبثق من ثورة الإعلام والمعلومات والقدرة على تشكيلها، ومن الثقافة والفنون في جميع صورها وألوانها (حارص، 2008، ص106).

**الجذور التاريخية للدعاية الأمريكية:**

تعد أول أعمال الولايات المتحدة الأمريكية في الدعاية هو تأسيس مكتب الإستعلامات الحربية سنة (1942) وبدأ زعماء أمريكا يدركون أهمية الحرب السيكولوجية وأسست إذاعة (صوت أمريكا) رسميا سنة (1942) لتذيع من خلال إحدى عشرة محطة للموجات القصيرة، وتم نشر مكاتب إستعلامات في الولايات المتحدة الأمريكية كان نشاطها يتضمن عرض الأفلام الإخبارية وترجمة الكتب وعرض الصور الإعلامية والصحفية ونشرات الأخبار والأفلام السينمائية وغيرها. و في سنة (1945) أصدر الرئيس الأمريكي ترومان أمرا بإنشاء مكتب الإستعلامات الدولي المؤقت ليحل محل أجهزة متعددة منها وكالات الإستعلامات الحربية ووكالة الشؤون المتصلة بالعلاقات بين الدول الأمريكية وغيرها ، وعين (وليم بنتون) وكيل وزراء مساعد للشؤون العامة وأمر بأن ينفذ ما يلي : (أن طبيعة العلاقات الدولية اليوم تجعل من الجوهري للولايات المتحدة الأمريكية أن تحتفظ بنشاط إعلامي في الخارج كجزء من إدارة شؤوننا الخاصة) (الدليمي، 2010، ص 80).

كما عملت حكومة الولايات المتحدة الأمريكية في العام ذاته على الإهتمام بالتلفزيون بنطاق ضيق من خلال وكالة الإستعلامات الأمريكية كوسيلة للدعاية من خلال الأفلام والبرامج التلفزيونية وفي عام (1969) كانت الوكالة تزود أكثر من ألفي محطة تلفزيون في تسعين

دولة بأفلام وبرامج مسجلة على فيديو . وقد بدأت الوكالة في عام (1983) بإقامة شبكة دولية عرفت بإسم (ورلدنت) لمعاونة المسؤولين الأمريكيين على تفسير سياسة الرئيس ريغان في جميع أنحاء العالم وينقل نظام ( الورلدنت ) برامج تبث في مناطق مختلفة يتم توصيلها ببعضها البعض بالأقمار الصناعية ، وهذه النقاط مركزها السفارات الأمريكية في دول العالم المختلفة . وقدمت وكالة الإستعلامات الأمريكية في دول العالم المختلفة من نوفمبر عام (1983) حتى يناير (1984) حوالي (15) برنامجا لأوروبا وأمريكا الوسطى والجنوبية فالخدمات الدعائية الأمريكية هي المحطات الإذاعية الرسمية وشبكة القوات المسلحة الأمريكية وإذاعة رياس وإذاعة صوت أمريكا والإذاعات الأمريكية غير الرسمية (الدليمي، 2010، ص 81) .

وعندما توجهت غايات المفكرين الأمريكيين لجعل (النموذج الأمريكي) محط إعجاب الدول الأوروبية وغيرها من دول العالم ، وجدوا أن من الضروري التركيز على التخطيط لتنفيذ (الثورة الدعائية) تلك الثورة ذات البرامج والمناهج المفبركة والمعدة بشكل علمي دقيق على خلق (أمة أمريكية) لها أصولها ومبادئها وقيمها على الشعوب الأخرى بشتى الأساليب منها (بالقوة الكبرى) وأن الفلسفة الدعائية الأمريكية منطلقة من أصولها بما عرف بالبراغماتية *

---

*اسم مشتق من اللفظ اليوناني براغما وتعني عملي، وهو مذهب فلسفي يؤكد بأن العقل لا يبلغ غايته إلا إذا قاد صاحبه إلى العمل الصحيح فالفكرة الصحيحة هي الفكرة الناجحة التي تتحقق من خلال التجربة.

والتأثر بنظرية جون ديوي التي تبرز تأثير العمل السياسي الدعائي الأمريكي في التوجه داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، وبذلك فقد انصرف التفكير الجماهيري من خلال تأثرهم بهذه الأفكار إلى النتائج والغايات وابتعدوا عن المبادئ والأولويات وأصبح صدق الفكرة معناها التحقق من منفعتها بالتجربة (الدليمي، 2010، ص 84) .

**الفلسفة الدعائية الأمريكية:**

إن فلسفة التعامل الأمريكي (الدعائي) الخارجي يعتمد على ثلاثة متغيرات تحدد طبيعة هذا التوجه الدعائي هي : (الدليمي، 2010، ص 86-87):

1- إدراج السياسة القومية في منطق التعامل الدولي في تقديم الولايات المتحدة الأمريكية أمام الرأي العام الخارجي على أنها لا تخرج عن القواعد العامة في السلوك الدولي وتأكيد السلوك السلمي والتواضع القيادي وعرض التقاليد الداخلية على أنها نموذج التقدم والديموقراطية .

2- خلق الهيبة الدولية وترسيخ قناعات في المحيط الدولي بأن أمريكا تمثل الإستقرار والتناسق في التعامل السياسي الذي يكمن وراء قيادة ديموقراطية تقدمية.

3- ظهور سياسة جديدة في العقد الأخير من القرن العشرين الماضي تقوم على التأكيد على الإنفراد الأمريكي لقيادة العالم بإنتهاء الحرب الباردة ، إضافة إلى التأكيد على

النظام العالمي الجديد الذي يؤكد على الإنفراد الأمريكي بإدارة شؤون العالم (أمركة العالم) واستغلال (أمريكا) ذلك غطاء لتحركها تحت ستار الشرعية الدولية لتنفيذ مخططات السياسية الخارجية لأمريكا . وأخيرا محاولة إيجاد صفة (العدو المشترك ) لبعض دول العالم الثالث مثل (كوريا الشمالية وسوريا والعراق وليبيا ) بوصفها تهديدا للأمن القومي الأمريكي .

يتضح مما سبق أن نشر الثقافة الأمريكية في الخارج من خلال الدعاية الإعلامية كان معداً ومخططاً له عبر مراحل تاريخ السياسة الخارجية الأمريكية وبالشكل الذي يناسب توجهات السياسة الأمريكية ومصالحها القومية.

**خصائص الدعاية التي تمارسها الولايات المتحدة نحو العالم العربي والإسلامي:**

يشير (الدليمي، 2010، ص21-22) إلى أن من خصائص الدعاية التي تمارسها الولايات المتحدة الأمريكية ضد الشعوب العربية والإسلامية ما يلي:

1- أنها دعاية نفسية تحاول إختراق العقول واحتلال النفوس باستخدام أساليب مختلفة لاستغلال عواطف الجماهير وكسب ميولها واتجاهاتها لتكرس مبدأ تدمير الذات .

2- أنها دعاية تكتيك مع الحدث، وذلك من خلال وضع استراتيجية في أهدافها العامة بإثارة النقاشات المستمرة والتأكيد على نقاط مركزية قليلة لتبقى عالقة في الذهن.

3- أنها دعاية الأهداف المختلفة، وذلك عبر إخفاء حقائق الموقف السياسي والتلاعب بعقول الناس وتدمير وعيهم .

4- أنها دعاية الإغراق الإعلامي، حيث يتم خلط الأوراق عبر حشد كم من المواد الإعلامية المتنوعة في مضامينها وأهدافها لتضليل الرأي العام وتنمية القلق داخل المتلقين لخلق عدم الإرتياح والتوتر لحدوث الخطر أو الضرر على النفس من مصدر ما.

5- أنها دعاية الرعب، حيث يتم تحويل الحدث وتضخيمه وصولا لخلق حالة الرعب والخوف واليأس لدى الإنسان .

6- استخدام البالون السياسي لمعرفة ردود الفعل إزاء الأحداث وكيفية التعامل معها ويزداد استخدام البالونات أثناء عمليات التصعيد السياسي والدبلوماسي والتلويح باستخدام القوى العسكرية .

7- أنها دعاية التحريف، وتستند على فعل تبريري يقوم على مبادئ أساسية أهمها التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية بإثارة الإنفعالات البدائية عند المتلقي لمنعه من التفكير المنطقي الصحيح .

8- أنها دعاية التطور العلمي حيث توظف مؤسسات الدعاية الأمريكية تكنولوجيا الإتصال والمعلومات لتحقيق غاياتها الشريرة .

## ثانيــاً : التضليل الإعلامي

لا تعد دراسة التضليل الإعلامي من القضايا الحديثة أو الطارئة على حقل البحث الأكاديمي والمنهجي، فيما يتعلق بممارسة النشاط الإعلامي بكافة مستوياته المقروء والمسموع والمرئي؛ فقد اعتبر النشاط الإعلامي من أقدم النشاطات البشرية التي ارتبطت بضرورات التواصل بين الجماعات وطبيعة إدارتها للعلاقات التي تربط بينها سواء على مستوى الصراع أو التعاون الثنائي، كما تم تسخير الإعلام لإدارة العلاقات التي تربط بين القوة الحاكمة والمهيمنة وبقية الأفراد داخل الجماعة الواحدة(Bumiller, 2002, P3).

وطالما كان هناك نشاط إعلامي؛ فإن عمليات التضليل في أساليب نقل الخبر وتداوله، تصبح جزءاً من هذا النشاط بطبيعة الحال، ولكن مع تزايد وتيرة الحراك السياسي والإجتماعي في المنطقة العربية في هذه الفترة بالذات، وتنامي الدور الكبير الذي يقوم به الإعلام في تحديد مسارات الصراع، وترجيح الكفة لصالح قوة أو جهة معينة على حساب الجهة الأخرى، من خلال طريقة نقل وتداول الخبر، يصبح من الأهمية الإلتفات إلى توجهات بحثية أكاديمية متخصصة تعنى بدراسة وتحليل ظواهر التضليل الإعلامي(الطائي، 2011، ص6).

**مفهوم التضليل الإعلامي:**

يأتي التضليل في اللغة من الفعل ضّل وهو ضد الهدى والرشاد(ابن منظور، ص 391)، ويُقال أضللت فلاناً أي أحدته عن الطريق، والضلّيل كثير الضلال (الفيومي، ج9/2، ص10).

وبالنظر إلى التعريفات اللغوية ترى الباحثة أن علماء اللغة لم يخرجوا في تعريفهم للتضليل عن المعنى الإصطلاحي له الذي يعني تعمّد إخفاء بعض الأمور كي لا يهتدي الباحث إلى ما يريد، وعليه فإن التضليل الإعلامي هو صرف الجمهور عن عنصر الحقيقة في موضوع معين، أو إخفاؤها عنه.

ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وأن الكذب هو عكس الحقيقة، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده (الشافعي، 2005، ص18)

فمفهوم التضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابته وموثقة وذلك للوصول إلى تحقق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في

غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده، فلئن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها تستطيع أيضا تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية(حاتم، 1994، صفحة 42).

ويشير (الدليمي، 2010، ص 94) أن التضليل الإعلامي : يعني تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبه لا تخلو من مزج واضح بين الواقع وتفسيرها بشكل مقصود مخلطه بالأكاذيب كي لا يفاجأ المتلقي عند تلقي التكذيب فلا يعد بإمكانه معرفة الحقيقة من التضليل.

ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية Disinformation إلا في الستينيات ليشير إلى " التسريب المقصود للمعلومات المضللة " أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي و يتضمن دلالات سياسية أساساً، أي أن: النية المبيتة لتغليط الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكلة خطيرة ، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة " (الدليمي، 2010، ص 94)

وعليه يمكن للباحثة أن تستخلص مما سبق أن التضليل الإعلامي يمكن أن يشير إلى محاولات مصادر، معلن عنها أو غير معلن عنها، التلاعب بالرأي العام أو بجهات

أخرى عن طريق وسائل الإعلام، وباستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو إخفاء معلومات حقيقية، لتحقيق أهداف سياسية غير موضحة للجماهير.

**أهداف التضليل الإعلامي :**

هناك العديد من الأهداف التي يسعى إليها من يقومون بعملية التضليل الإعلامي ، منها التعتيم على الأخبار الحقيقية، أو حجب المعلومات عن العدو وتضليله عن طريق مجموعة من الأخبار. كما يمكن أن يستخدم التضليل الإعلامي لإخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية التي يتم إرتكابها، أو في تهميش القضايا المهمة وصرف إهتمام الجماهير عنها، أو لإحداث تغييرات في سلوك الأفراد أو الجماعات (Kang and Morgan, 1988, p19)

بينما يورد شيلر أهداف التضليل الاعلامي بشكل أعمق وذلك على النحو الآتي:(شيلر، 1999، ص39-46)

- **السلبية** : من أهم أهداف التضليل الإعلامي هي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات إيجابية وربما يمكن الإستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة لأنه بالطبع يمكن قيادته بسهولة حتى لو إلى حتفه.

- **تفريغ الإنفعالات:** السلبية الجماعية أو الفردية من الممكن أن تحدث ، لكن ليس هناك ضمان لاستمرار تلك السلبية وعدم تخليها عن موقفها إذ من الممكن أن تحاول بعض العناصر إيقاظ الإيجابية ودفع القوى الاجتماعية للتحرك نحو التغيير أو محاولة التغيير حيث أن لدى تلك القوى الاجتماعية مخزون من الإنفعالات المكبوته، ومن ثم فإن من البديهي تفريغ تلك الشحنات الإنفعالية بطرق محددة ومخططة للوصول إلى مرحلة العقول المخدرة أوشبه مخدرة وبالتالي فإنه يكون من الصعب جداً إفاقتها، وتأتي عملية تفريغ الإنفعالات من خلال توجيه العقول إلى أماكن تفريغها .

- **توجيه الثقافة:** من الممكن فرض نوع معين من الثقافة من خلال المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام للمشاهد أو المتابع بل واستدراج العقول نحو ثقافات معينة واهتمامات محددة مسبقا تخدم بالطبع الهدف النهائي للتضليل الإعلامي.

- **تغيير الثقافة:** إذا أمكن توجيه الثقافة أمكن تغيير الثقافة بكاملها من خلال تغيير الإهتمامات ومن خلال مطاردة الجماهير بثقافات محددة لا يجدون مفراً من معرفتها، وتغيير الثقافة لا يعني بالطبع التغيير بأي نوع من الثقافة لكن يعني استبدال الثقافة بثقافة أخرى تخدم أهداف التضليل، وتغيير الثقافة قد يصل إلى أبعد مما نظن فربما يصل إلى تغيير بعض المفاهيم الدينية واستبدالها بمفاهيم خاطئة تتعارض مع الأحكام الدينية.

- **إرساء القيم الإستهلاكية:** إن الإعلام لا يخدم فقط أهداف النظام بل لابد للنظام والإعلام أن يخدما معا مراكز القوى الاقتصادية والإستثمارية، بمعنى أوضح فإنه لابد للقرار السياسي ألا يتعارض مع مصالح القوى الإستثمارية بل ومن الأفضل أن يكون القرار السياسي في خدمة رأس المال وحيث أن قطاع الإعلام غالبا ما يكون تحت سيطرة النظام فلا بد أن يوجه النظام ووسائل الإعلام لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وإن تعارضت مع المصلحة العامة.

- **تعتيم الحقائق:** يتخير التضليل الإعلامي ما يناسبه من الحقائق وما يدعم وجوده ويتوافق مع تحقيق أهدافه ومن ثم يقوم بعرضها وليس فقط بل ويقوم بتلميعها لزيادة بريقها، ويمكن للإعلام أن يتخير من حقيقة واحدة علمية قاعدة عريضة يتم تشييد هيكل كامل من التضليل فوقها.

- **تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن:** والمعنى ببساطة الإثبات الدائم بأنه ليس في الإمكان أبدع مما كان وذلك مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهدها ولا يوجد من يدنو من الجهد المبذول.

**أساليب التضليل الإعلامي:**

يشير شيلر إلى مجموعة من الأساليب المستخدمة في عملية التضليل الإعلامي، تورد الباحثة منها ما يلي: (شيلر، 1999، ص20–29)

– **الحياد:** حيث تصر وسائل الإعلام على أنها المحور الرئيسي لنشاطها وبالبطع فإن كل ما تعرضه من معلومات وأخبار بعيدة كل البعد عن معترك المصالح وبالتالي فإنه يجب دائما التأكيد على حيادية أجهزة الإعلام والإنكار الدائم لوجود أي نوع من التحيز أو المحاباة لأي مؤسسة حكومية . وبهذا الإرساء لقاعدة الحياد يمكن أن يؤدي التضليل الإعلامي دوره إذا آمن الجمهور المُضلل بحيادية الأجهزة الإعلامية غير أن الواقع يؤكد ذلك. فمن الطبيعي أن يكون ولاء وانتماء وسيلة الإعلام إلى مموليها ولن يكون من الطبيعي عرض نوع من المعرفة أو الإعلام يتعارض مع المصلحة الشخصية للهيئة التي تقوم بالتمويل سواء كانت شركات أم هيئات أم مؤسسات أو حتى الحكومة نفسها فهل من المنطقي أن ترعى شركة من شركات الكولا برنامجا يتعرض للأضرار الناتجة عن تناول مشروبات الكولا على الأطفال؟

– **الإلحاح** : يعد الإلحاح من القواعد الأساسية والمعروفة في عالم الإعلام، حيث أن كثرة الإلحاح لا تعطي للمشاهد أو القارئ فرصة لالتقاط أنفاسه أو قياس المعلومة بمقاييس العلم والعقل بل تجعله يقبلها كما هي، بمفهوم تفرضه عليه وسائل الإعلام وذلك عن طريق كيفية العرض أو مناسبة المعلومة أو أسلوب وألفاظ وكلمات المعلومة ومدى السجع بين كلماتها

والذي يجعل الإدراك للمعلومة إدراكا إجماليا دون التمعن في معاني مفرداتها وتصبح المعلومة في هذه الحالة كالوجبات الجاهزة المعلبة تعطي وعياً معلباً.

– **التعددية الإعلامية:** على ما يبدو من تعدد وسائل الإعلام ما بين قنوات تلفزيونية ومحطات إذاعية وصحف ومجلات وكتب، بالإضافة إلى الشبكة العنكبوتية وغيرها من وسائل الإعلام المختلفة فإنه من المفترض أن هذا التعدد يمنع وجود التضليل الإعلامي ويقلل تواجده إلى أبعد حد باعتبار أن التعدد يؤدي إلى كشف بعضه بعضا وأن التعدد الإعلامي يمنح الفرد فرصة الإختيار بين المصادر المختلفة للمعلومة أو الإنتقال بين وسيلة إعلامية وأخرى بهدف الحصول على معلومة حقيقية اتفق عليها عدد من وسائل الإعلام وهنا يكمن التضليل في عباءة التعددية الإعلامية.

– **مطاطية المعاني والمصطلحات:** اللغة العربية وغيرها من اللغات لا تحمل من كل كلمة أو مصطلح كلمتين متطابقتين تماما في المعنى والمدلول ولكن يظل هناك فروق بسيطة بين معنى كلمة وأخرى، فهناك فروق في المعاني بين الكلمات ومرادفاتها فما بالك إذا اختلفت زاوية الوصف سوف تختلف بالطبع الكلمات المستخدمة من فرد إلى آخر. والمشكلة لا تكمن في عدوم وجود مفاهيم محددة بل تكمن في محاولة إرساء وترسيخ مفاهيم جديدة مزيفة وتغييب المفاهيم الصحيحة والكلمات التي أصبحت أشبه ما تكون بعجينة الفطائر لسهولة

سحبها ومطها حتى أمكن لسائسي العقول في العالم سحبها لتغطية أي مساحة جغرافية في الكرة الأرضية بوصفها بؤر إرهابية.

- **الخيال أو الخرافة:** إن إستخدام عنصر الخيال أكثر تأثيرا من العنصر الواقعي في تشكيل آراء واتجاهات الشعوب ومن ثم فإن الدول القوية تلجأ إلى إنتاج أفلام ومسلسلات خيالية مصنوعة بحرفية شديدة لتلقى رواجاً في المجتمعات الضعيفة مما يساهم إلى حد كبير في وضع الإنبهار والإعجاب بصانعي تلك المواد الإعلامية داخل العقلية المعنية بالتضليل في تلك المجتمعات، وبالتالي تخرج تلك العقليات المضللة من متابعة المواد الإعلامية الخيالية بشيء واحد فقط لا غير هو اعتراف بذكاء وعبقرية الشعوب المصدرة لتلك المادة الإعلامية الخيالية، وعندما يمكنني الحصول على إعتراف غيابي بذكائي وعبقريتي فإن كل معلومة أو خرافة عن نفسي سوف تصدقها. فالدول القوية تقوم من وقت لآخر بالإعلان عن إجراء أي تجربة خرافية في المجال العسكري تشعر معها الدول الضعيفة بمدى الفارق العسكري بينها وبين الدول القوية فتفقدها مجرد الحلم في إدراكها.

**التضليل الإعلامي في وسائل الإعلام الأمريكية:**

إن وسائل الإعلام في الغرب خصوصا الولايات المتحدة مكلفة من قبل المستفيدين من تجارة السلاح باكتشاف العدو تلو العدو لنمط الحياة الغربي أو كما قال "ألبرت أينشتاين " عام 1950 "إن أصحاب السلطة الحقيقية في الولايات المتحدة لا نية لديهم أن ينهوا الحرب

أبدا، فإن انقضى خطر الإتحاد السوفيتي والشيوعية فهناك اليابان أو العرب أو الإسلام " (حارص، 2008، ص98) ويبدو أن المواطن الأمريكي لديه حاجة نفسية ملحة إلى أن تطالعه جهة عليا على هوية عدوه الجديد انطلاقاً من اقتناعه العميق بأنه لابد من وجود عدو يتربص به وذلك بسبب إحساسه بأن العالم الجائع والضعيف خارج بلاده يحسده على مستوى معيشته وقوة بلاده، فوسائل الإعلام الغربية لا تكف عن تصوير خطر الأصوليين الإسلاميين الدائم، على بلادهم فحسب بل على الحضارة والبشرية جمعاء، والإعتماد في هذا التصوير يكون على الصحفيين المولعين بالتهويل والأكاديميين من أساتذة الجامعات المخضرمين بتضخيم الحقائق الصغيرة (حارص، 2008، ص98).

لقد بلغ التضليل الإعلامي أعلى درجاته في الولايات المتحدة بوصفة أداة للهيمنة، بحيث تنامت القوى المتحكمة بوسائل الإعلام، حتى صارت حرفة سائسي العقول من الحرف الجديدة المضافة إلى أساليب الخداع والمداهنة في السيرك السياسي، فتحول رجال السياسة إلى سائسي عقول من الطراز الأول، وجنحت أفكارهم نحو إستحداث بيانات مزيفة، ونشر أكاذيب مضللة يراد بها التمويه والتشويش، تمهيداً لتطويع عامة الناس والتلاعب بعقولهم(الحمامي، 2012، ص1)

ومن ألوان التضليل الإعلامي الأمريكي إصرار الفضائيات الأمريكية على قراءة عناوين منتقاة من الأخبار، فتكرر إذاعتها مرات ومرات، إلى حد الاجترار، وبما يوحي للناس

أنها الحقيقة الغائبة عنهم، بحيث يكون المشاهد مجبراً على تصديق الخبر مهما كان كاذباً أو تافهاً، وأحيانا تُبث على الهواء وقائع لندوة نقاشية مفتوحة، يتحدث فيها الجميع عن موضوع واحد، بلسان واحد، ورأي واحد، وكأنهم فرقة إنشاد مدربة على الغناء الجماعي، تؤدي ترنيمة واحدة على إيقاع واحد يراد منها التشويش على عقل المشاهد، وتشويه صورة الحقيقة، حتى يستسلم تماما ويفقد قدرته على التمييز، فيؤمن بما تبثه قنوات التضليل من أكاذيب تلقيها على شكل دفعات إخبارية متلاحقة بسيل يتفجر بالمعلومات المبهرة المزيفة، من دون أن تمنحه أية فرصة للتفكير والتحليل والتأمل، ما يؤدي إلى تكريس السلبية لدى المتلقي، ولا خيار أمامه سوى الإستسلام للوعي المبرمج، أما إذا أراد الطعن والإعتراض على ما يجري أمامه من فكر مشوش، فإنه سيصبح من ضمن الأقلية المعزولة عن المجتمع، وربما يُتهم بالغباء وقلة الإدراك، وقد يبدو مغفلاً إذا سولت له نفسه تكذيب الخبر، وبالتالي سيلجأ إلى إخفاء تساؤلاته، ليواكب الآراء المنتشرة من حوله(الحمامي، 2012، ص2).

**نماذج من التضليل الإعلامي الأمريكي:**

نشرت مجلة التايم الأمريكية تقريراً في العام 2009 يتحدث عن المواجهات الصعبة التي يخوضها الجيش الأمريكي ضد من أسماهم "المدافعين عن زراعة المخدرات في أفغانستان والذين يسمون بالطالبان"، وعند قراءة هذا التقرير يتضح إصابة دوائر التضليل الأمريكي بالعجز ، إلى درجة أن "حرفة" التضليل التي اشتهروا بها قد تدنت إلى حد

السذاجة. فبعد حرب طاحنة بين طالبان والولايات المتحدة الأمريكية والضربات الموجعة التي تلقتها أمريكا في افغانستان وباكستان، وبعد اعتراف ما يُسمى بقوات التحالف على أن حركة طالبان تسيطر فعليا على ثلاثة أرباع أفغانستان، ولا تملك قوات الغزو الأمريكي وميليشيات كرزاي سوى مناطق محدودة داخل المدن الرئيسية، بل إن الرئيس المنصب من قوات الإحتلال لا يتحرك إلا بحماية خاصة من شركات أمن أمريكية(سلطان، 2009 ، ص1).

بعد هذا كله يحاول الأمريكيون وعبر التضليل الإعلامي المعهود عنهم أن يصوروا للعالم أنهم إنما يقاتلون "عصابات مخدرات" في أفغانستان، وفي الحقيقة أن حركة طالبان كانت أول قوة حاكمة في أفغانستان تحاصر زراعة المخدرات وتكاد تقضي عليها تماما، ولم تنشط تجارة الأفيون إلا بعد التدخل الأمريكي الذي فتح تجارة المخدرات على أوسع نطاق في منطقة آسيا الوسطى انطلاقا من أفغانستان(سلطان، 2009 ، ص2).

ومن نماذج التضليل الإعلامي الأمريكي أثناء الحرب على العراق أن الإدارة الأمريكية لجأت إلى شركة علاقات عامة لتسويق الحرب على العراق، فقامت الشركة بالإتفاق مع استوديو سينمائي في لندن لإنتاج مشاهد حية مضللة إعلامياً، حيث وظفت صوراً مضللة من الأقمار الإصطناعية لدبابات قريبة من الحدود السعودية. كما استخدم التضليل الإعلامي من خلال الحيل البصرية باستخدام زوايا الكاميرا في مشاهد سقوط بغداد لتضخيم عدد المرحبين بقوات الغزو، وقد كشفت العديد من البحوث كماً هائلا من القصص

المختلقة وصور التضليل الإعلامي التي استخدمتها الولايات المتحدة الأمريكية لغزو العراق وعلى رأسها أكذوبة أسلحة الدمار الشامل العراقية (ميلر، 2007 ، ص9).

وفي نموذج آخر للتضليل الإعلامي بعد أحداث 11 سبتمبر سنة 2001، تم عرض صور مرتبطة بالهجمات على البرجين من خلال شاشات التلفزيون لسيدة فلسطينية شامتة تضحك وتتوسط أطفالا يضحكون كذلك، حيث كان يتم تكراراها عند كل تقرير يصدر عن الأحداث، وتبين بعد عدة أيام أن هذه الصور التقطت لأناس ليس لديهم أية فكرة عن الأحداث في نيويورك، وإنما أهديت لهم قطع من الحلوى فسعدوا بها كثيرا، كما أبدت السيدة الفلسطينية التي عرضت لها صورة مكبرة وسط الأطفال دهشتها لما اتهمت به من الشماته والعداء للأمركيين، وعليه يمكن القول أن هذه اللقطات قد أعطيت لإدارات تحرير محطات التلفزيون ووكالات الأنباء عن طريق جهة مهتمة بالتأثير على الرأي العام وعلى الموقف المبدئي للجماهير في صورة تعد من أبشع صور التضليل الإعلامي (نصيرة، 2015، ص205).

ولعل السينما تحديداً تشكل المثال الأبرز لسيطرة الرأسمال الغربي، وقوى الإنتاج، بكل مؤسساتها، من منتجين ومخرجين وممثلين، ونقاد، ومروجين، وتجار السلع الأخرى، الذين يستفيدون بدورهم من الترويج لمنتجاتهم من خلال الصناعة السينمائية . وها هي سينما هوليوود منشغلة أيضا منذ إنشائها بتقديم صور مشوهة ومضللة لإنسان العالم العربي، وإنسان العالم الإسلامي.

**ثالثـــاً: صناعة السينما**

تعد السينما بلا شك واحدة من أهم وسائل الإتصال و أكثرها خطورة لقدرتها الكبيرة على المقاربة مع الواقع من خلال فكرة إعادة الصوت و الحركة و لأنها و من خلال أسلوب العرض الذي يجعل المتفرج في حالة تلقي لمدة طويلة من الزمن يتعاظم فيها فعل المؤثر الحسي إلى درجة هائلة، و عند انتهاء هذا المؤثر يعود المشاهد إلى عالمه الواقعي مشحوناً بالأفكار، ويدوم فعل المؤثر فيه مدة طويلة من الزمن قد تدوم العمر كله . فمن منا لا يحاكي في حياته اليومية ما قد شاهده في أحد الأفلام فيؤثر هذا في تفسيره للمواقف الحياتية أو يدفعه إلى التصرف كما تصرف أحد أبطال الأفلام التي أعجب بها. لقد استطاعت السينما و منذ ظهورها أن تؤثر في معتقداتنا و أفكارنا وحتى طريقة حياتنا اليومية، وقدمت لنا رؤى عميقة و مختلفة عن الحياة و زادتنا فكراً و معرفة وخبرة (سادول، 1986 ، ص72) .

لقد أكد أحد كبار السينمائيين العالميين وهو الروسي أندريا تاركوفسكي على أهمية السينما "إن نفوذ السينما هائل و نستطيع من خلاله أن نطرح أكثر مشاكل العصر إلحاحا وتعقيدا، ويجب على الحكومات عدم اعتبار السينما وسيلة للمتعة فقط بل النظر إلى جوهرها المرتبط بحاجة الإنسان لادراك العالم واستيعابه" (بوجز، 2008 ، ص93).

**انتشار السينما الأمريكية حول العالم:**

تمثل صناعة السينما الأمريكية نموذجا للهيمنة الأمريكية الثقافية والإعلامية حيث توجد سيطرة هائلة للسينما الأمريكية على سوق الأفلام المتداولة في العالم، رغم أنها تأتي في المرتبة الثانية بعد الهند من حيث عدد الأفلام، إلا أن السينما الأمريكية تمثل الصناعة الأكثر تفوقا والأكثر ربحا في العالم، حيث تمثل الأفلام الأمريكية ميزة فريدة في الميزان التجاري الأمريكي مقارنة بجميع الصناعات الأمريكية الأخرى فهي الصناعة الوحيدة التي تتمتع بفائض في الميزان التجاري مع كل دولة من دول العالم، وليس بوسع أي مشروع تجاري أمريكي آخر أن يدعي مثل هذا الإنجاز (الزواوي، 2006، ص240)

وتشير الإحصائيات إلى أن مبيعات الأفلام السينمائية والبرامج التلفزيونية وأشرطة الفيديو الأمريكية في الخارج بلغت على سبيل المثال في العام (2001) 15 مليار دولار، وذلك بزيادة قدرها 109 في المائة خلال عشر سنوات، وهذا الرقم يبدو متواضعا إذا ما قيس بحجم صناعة السينما الأمريكية، وما تحققه بعض الأفلام الأمريكية من مبيعات وأرباح هائلة، فمثلا حقق فيلم "أفاتار" الذي أخرجه جيمس كامرون وكلف إنتاجه 300 مليون دولار خلال أسابيع قليلة مبلغ 1.34 مليار دولار (تم عرضه في شهر أيلول 2009)، وخلال ستة أسابيع تجاوزت عوائده ملياري دولار (وهو مبلغ يعادل نصف عوائد قناة السويس خلال سنة،

حيث بلغت عوائدها 4.3 مليار عام 2009 )، وهو بذلك تجاوز عوائد فيلم تايتانيك للمخرج نفسه عام 1997، والذي حقق مبلغ 1.84 خلال 4 أسابيع من عرضه، وهناك العديد من الأفلام الأمريكية التي تحقق عدة مئات من الملايين من الأرباح وهي أرباح هائلة وخيالية، ومعظم هذه الأرباح تحقق من خلال التوزيع الخارجي في السوق الأجنبية(الألوسي، 2012، ص237). كما بلغ معدل الايرادات في العام 2013 حوالي (9.53) مليار دولار، وفي العام 2014 بلغ عدد الافلام 657 فيلما بايرادات وصلت الى 9مليارات دولار (لاطة، 2014).

"ويتضح من كل ذلك أن هوليوود تهيمن على المشهد السينمائي العالمي ففي أوروبا مثلا تشكل الأفلام الأمريكية 80 % من العدد الإجمالي للأفلام التي تعرض في دور السينما الأوروبية، حتى في دولة مثل فرنسا معروفة بصناعتها السينمائية العريقة وبحساسيتها تجاه الغزو الثقافي الأمريكي ويشاهد الفيلم الفرنسي هذه الأيام، واحد بالمائة من عدد مشاهدي الأفلام الأمريكية " (الزواوي، 2006، ص241).

وإن طغيان السينما الأمريكية التي زاد عدد الأفلام التي أنتجتها سنويا على ما تم إنتاجه في أي بلد آخر، ففي عام 1927، أنتجت هوليوود نحو 700 فيلم طويل مقابل 214 في ألمانيا، 44 فقط في بريطانيا، وتراوحت حصة هوليوود في العروض السينمائية الإجمالية في معظم بلدان العالم بين 75 و 90 بالمئة، وهذه النسبة هي مازالت تمثل تقريبا معدل

عرض الأفلام الأمريكية في دول العالم المختلفة، وتمثل هذه الهيمنة نموذجاً لهيمنة وسيطرة وسائل الإعلام الأمريكية، على المضمون الإعلامي العالمي، وما يمثل ذلك من تكريس الهيمنة الثقافية الأمريكية، ونقل النموذج الثقافي الأمريكي إلى مختلف الشعوب والدول وعولمة هذا النموذج، بكل ما تحمله من مساوئ وما يحمله من ثقافة العنف، التي أصبحت سمة من سمات المضمون الإعلامي بسبب الهيمنة الإعلامية والثقافية الأمريكية . ويثبت هذا الأمر كما يؤكد بعض الباحثين على قدرة الولايات المتحدة وقدرة المتحكمين بالإعلام فيها على تضليل الشعوب والرأي العام العالمي، بحيث إذا رددت وسائل الإعلام أي كذبة أو قصة مختلقة يتم ترديدها وتداولها بشكل ببغاوي من قبل وسائل الإعلام في مختلف دول العالم حتى تصبح، أسطورة واقعة، مثلما حصل في قصة أسلحة الدمار الشامل التي يملكها نظام الرئيس العراقي السابق صدام حسين والتي على أساسها تم شن الحرب الأمريكية على العراق (الألوسي، 2012، ص238).

**قوة السينما الإقناعية وخطورتها**

توفر السيطرة على وسائط الإعلام عدة إمكانيات مهمة أولاً : تستطيع وسائل الإعلام أن تجذب الإهتمام وأن توجهه إلى المشاكل أو الحلول أو المناسبة بطرق قد تميل لصالح من يمتلكون القوة، وتستطيع بشكل متلازم تحويل الإنتباه عن المنافسين أفراداً أو

جماعات . ثانياً : تستطيع وسائط الإعلام أن تضفي وضعا شرعيا على أمر ما من الأمور وأن تؤكد شرعيته . ثالثاً : يمكن أن تكون وسائط الإعلام في بعض الظروف سبلاً للإقناع وحشد الطاقات . رابعاً : تستطيع وسائط الإعلام أن تساعد على خلق أنواع معينة من الجماهير والمحافظة عليها . خامساً : إن وسائط الإعلام هي واسطة لتقديم الجوائز والإشباعات النفسية . فهي قادرة على الإلهاء والتسلية وهي قادرة على التملق . وعموما فإن وسائط الإعلام فعالة من حيث خفض التكاليف باعتبارها وسيلة اتصالات في المجتمع، وهي أيضا سريعة مرنة وسهلة نسبياً من حيث التخطيط والإشراف عليها(جريبر، 1999، ص53) .

ولقد بدأ التدفق الإعلامي الحر للأخبار بهيمنة الولايات المتحدة الأمريكية بصفتها قوة مؤثرة في تشكيل النظام الدولي، واستطاعت الولايات المتحدة الأمريكية أن تدعم نظامها الحر لتدفق المعلومات من خلال المعاهدات والإتفاقيات مع دول العالم، وذلك بسبب احتكار الغرب الرأسمالي لوسائل الإتصال الرئيسية، والتكنولوجيا المتقدمة أكثر من المشرق، ودول العالم الثالث بكثير .

ويؤكد الباحث الأمريكي Harbert Schiller، أن التركيز على مبدأ التدفق الحر للمعلومات يمثل جزءاً من المخطط الأمريكي الرأسمالي للحصول على شرعية دولية لهذا

المبدأ . وأن الرأسمالية استغلت تزايد الحديث عن الحرية كونها مطلباً أساسياً للمجتمع الدولي . لتدعم مبادئها على المستوى الدولي . هذه الحرية تشمل حرية رأس المال، وكذلك حرية تدفق المعلومات(خالد، 2008، ص145) .

وتشير الأبحاث إلى أن الجماهير تستجيب لإقناع وسائل الإعلام المختلفة وفقا لمستويات تعليمهم وثقافاتهم، فالأفراد الأكثر تعليما وثقافة يميلون إلى المطبوعات كالصحف والمجلات والكتب والدوريات أكثر من أي وسيلة أخرى . أما من هم أقل تعليماً وثقافة غالبا ما يعتمدون أكثر على وسائل الراديو والتلفزيون والفضائيات بسبب أن هذه الوسائل لا تحتاج إلى مجهودات شخصية في تلقي الرسائل الإعلامية وتحليلها وإدراكها وفهمها(خالد، 2008، ص154).

أما النخبة من أهل الفكر والثقافة والمعرفة، فتعتمد أكثر على شبكات معلومات الإنترنت و التواصل الإلكتروني في هذا الزمن الذي دخلت فيه وسائل الإتصال التكنولوجية، حيث يذكر حول هذا الموضوع كلابر أنه في التجارب المعملية تحت نفس الظروف، فإن الإتصال الشخصي يكون أكثر قدرة على الإقناع من المطبوعات، وفي مواقف الحياة الواقعية يبدو أن التأثير الشخصي بشكل عام أكثر قدرة على الإقناع من أي وسيلة من وسائل الإعلام(خالد، 2008، ص154).

إن القدرة الإقناعية لكل وسيلة تختلف طبقاً لعدد من المتغيرات الرئيسية أو العناصر الهامة وهي: (خالد، 2008، ص155)

1- طبيعة الموضوعات: فبعضها يحسن تقديمه شفوياً، والبعض الآخر قد يحتاج إلى أن يكون مرئياً، والآخر مشاهداً، أو جميع الحالات معا .

2- الجهد المستهدف من ناحية خصائصه وقدراته الإتصالية، وأنماط وعادات تعرضه لوسائل الإتصال، حيث يعد الجمهور الهدف الرئيسي في عملية الإعلام .

3- المهارات والقدرات الشخصية المطلوبة لاستخدام الوسيلة الملائمة لتوصيل الرسالة الإعلامية .

4- مقدرة وسيلة الإعلام المستخدمة على جعل محتوى الرسالة الإعلامية حيوياً وجذاباً وواقعياً .

ويضيف (ختاتنة و أبو سعد، 2010، ص54) أن للسينما قدرة على الإقناع النفسي لدى الجماهير وذلك من خلال الخصائص الآتية:

1- أنها تجذب جمهوراً لا بأس به بعدده لمشاهدة الأفلام السينمائية، وتتوقف نسبة المشاهدين على أهمية الفيلم والموضوع والتمثيل والعرض .

2- يشاهد الفيلم السينمائي المتعلم وغير المتعلم .

3- شديد التأثير على حديثي السن ما يمكّن من توجيه الناشئين بواسطته توجيها وطنيا خيرا.

4- سهولة تكرار عرضه بكلفة قليلة بخلاف المسرحية .

5- صانع السينما يستطيع التلاعب بالحوار المنطوق والتأثيرات الصوتية والموسيقى ليحصر المشاهدين في دائرة من الأصوات ذات الجذب لهم ولإحداث جو معين للفيلم المنوي عرضه.

إن خطورة السينما تتمثل في أنها أصبحت أحد أدوات الإستعمار المتعدد الأبعاد، فهناك الإستعمار الثقافي، والإستعمار اللغوي، والإستعمار الإعلامي، والإستعمار المعلوماتي، والإستعمار الإلكتروني، ويعد أهمهم هو الإستعمار الإعلامي الذي يتكون من أربعة عناصر هي(العبد، 2009، ص29) :

1. تصدير البرامج التلفزيونية الأمريكية لدول العالم وهي برامج على درجة مرتفعة من الكفاءة المهنية وجودة الشكل لكنها تروج لأفكار وقيم تدمر الثقافات التلقليدية كالإلحاد والإباحية والشذوذ .

2. الملكية والسيطرة الأجنبية على وسائل الإعلام وذلك بظهور الشركات المتعددة الجنسيات المتخصصة في المجال الإعلامي التي لها فروع في أفريقيا وآسيا وأوروبا .

3. فرض الأنماط التجارية الأمريكية في الإعلام من خلال تشجيع اعتماد وسائل الإعلام على الإعلان في تمويل البرامج المختلفة مما يؤدي إلى زيادة تركيز هذه البرامج على الترفيه لتسيلة الجمهور حتى يقبل على مشاهدة الإعلانات .

4. فرض أسلوب الحياة الأمريكية على شعوب العالم ترسيخا للحلم الأمريكي بما يسمى بتغريب العالم وهو أسلوب لا يتناسب مع المجتمعات النامية بإمكانياتها المحدودة .

**رابعــاً :صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية**

(إن العرب يبدون متخلفين وخطرين عند النظر إليهم عبر عدسات هوليود المشوهة)، بهذه الفقرة ختم الدكتور الأمريكي ذو الأصل العربي جاك شاهين كتابه ( العرب الأشرار في السينما .. كيف تشوه هوليوود أمة) (**Shaheen**, 2001, p592).

ويمضي كاتب آخر ، وهو غربي ، ليقول : (إن العرب هم الصورة النمطية الوحيدة للتوحش والعنصرية، التي ما تزال مقبولة في هوليود)، هذا ما كتبه محرر شؤون الشرق الأوسط لصحيفة الغارديان البريطانية برايان ويتاكر Brian Whitaker وبدأ مقالته "لماذا تختلف قوانين العنصرية بالنسبة للعرب Why the `rules` of racism are different " for Arabs باعتراف صريح جداً: " "توقف عن هذا أيها العربي الصغير الوسخ" هذا ما اعتادت جدتي أن تقوله لي دائماً عندما كنت أقوم بعمل مثير للاشمئزاز كوضع إصبعي في أنفي أو تحريك طعام أخي الأصغر(Whitaker, 2000,P1).

أما سكوت جي سيمون Scott J. Simon في مقالة له بعنوان: "العرب في هوليود: صورة لا يستحقونهاArabs in Hollywood: An undeserved Image " يقول أن صناعة الفيلم بهوليود مسؤولة عن إعطاء الملايين من الأمريكان –ومئات الملايين حول العالم– انطباعات جديدة كثيرة ومتنوعة حول أماكن متعددة في العالم. ويضيف أن هوليود

غالباً ما تصنع صوراً خاطئة عن العالم وسكانه. ويضيف سكوت كيف أن الثقافة العربية هي أكثر ثقافة أخطئ فهمها وتم تزويدها بأسوأ الصور النمطية، ويوضح أن خلق الشخصيات الشرق أوسطية والثقافة العربية بدأ خلال حقبة السينما الصامتة في العشرينيات( **Simon, 1996, P1)**

ومع أن الصورة السلبية للعربي أصبحت من الصور المألوفة في الإعلام والسينما الأميركية منذ أوائل القرن العشرين، فإن هذه الصورة السلبية للشخصية العربية المقترنة بالإسلام تمتد جذورها إلى عدة قرون سابقة في العالم الغربي يمكن تتبعها إلى أيام الحروب الصليبية. وهي موثقة في العديد من المؤلفات والأعمال الأدبية الكلاسيكية الغربية القديمة مثل "الكوميديا الإلهية" لدانتي أليغييري (1265 – 1321م)، الذي هاجم فيها الإسلام والنبي محمد عليه الصلاة والسلام والإمام علي كرم الله وجهه بأقسى العبارات( Cantor, 1996)، وقد سبقته إلى ذلك قصائد "أغنية رولاند أقدم مجموعة قصائد فرنسية (1140 – 1170 م) والتي تصف العرب المسلمين بأبشع العبارات.

ومن الأمثلة على ذلك في التاريخ الأميركي كتاب "حياة محمد: مؤسس الإسلام وإمبراطورية العرب المسلمين" الذي صدر في القرن التاسع عشر للقسيس جورج

بوش(Bush, 2005) ، وهو أحد أسلاف الرئيسين الأميركيين جورج بوش وجورج بوش الابن، والذي هاجم الرسول صلى الله عليه وسلم ووصف المسلمين بعبارة "الجراد."

يتضح مما سبق أن تشويه صورة العرب والإسلام فى الغرب ليس بجديد، فقد سعت أجهزة الإعلام الأوروبية والأمريكية منذ أمد طويل إلى تقديم العديد والعديد من الأفلام السينمائية والتلفزيونية التى تسيء للعرب والمسلمين، فشركات السينما العالمية التى يهيمن عليها اليهود (كشركة فوكس القرن العشرين وكولومبيا والوارنر وجولدن ماير) نجحت فى نقل صورة مشوهة للشخصية العربية وذلك من خلال الأفلام العديدة التى أنتجتها(عبد الحافظ، 2007، ص1)، فعلى سبيل المثال يستعرض أحمد رأفت بهجت فى كتابه (الشخصية العربية فى السينما العالمية) مجموعة من أفلام السينما الغربية، منها الفيلم المأخوذ من رواية "التعويذة" والذى يقدم صلاح الدين الأيوبى كمهرج تحركه نزواته الشخصية، وتقدمه في صورة الفارس المقنع الذى ينتحل شخصية أمير ليعالج ريتشارد قلب الأسد بهدف التقرب من شقيقته الحسناء. ويحرص فيلم "جنكيز خان" الذى قام بتمثيله الممثل المصرى العالمى عمر الشريف وقام بإخراجه المخرج اليهودي هنرى ليفين على أن يقدم شاه خوارزم كشخصية شهوانية جبانة مخادعة، كما أن كل الأفلام التى تناولت البيئة العربية تهدف إلى إبراز الجوانب السلبية فى الشخصية العربية: فالشاب جميل فى فيلم "العرب" 1915م يكرس جل وقته فى سرقة القوافل ثم يتضح بعد ذلك أنه ابن شيخ القبيلة، وشخصية محمود بارودى فى فيلم "بيللا دونا"

(1923م) لا هدف له سوى تعاطى المخدرات فى أوكار الحشاشين، أما فيلم "فى ظلال الحريم" (1928م) فيعرض قصة أمير عربي لا يتورع فى خطف أطفال صديقه بغرض إجبار والدتهم الأوروبية الحسناء على ممارسة الجنس معه(بهجت، 2002 ، ص26).

وفي فيلم "الخروج" الذى تم إنتاجه عام 1960م تم تصوير العرب القساة وهم يقتلون فتاة يهودية دون العشرين. أما فيلم "الريشات الأربع" فقد أنتج خصيصا لمهاجمة الثورة المهدية التى قادها الإمام المهدى فى السودان، كما أن فيلم "لورنس العرب" بطولة عمر الشريف والذى أخرجه ديفيد لين يصور عرب الشرق الأوسط للعالم على "أنهم جهلة وخدم وشحاذون... وعلى أنهم قتلة يقتل بعضهم بعضاً، وبخلاء لا يقدمون الطعام لضيوفهم. وربما يتذكر القارئ فيلم "الأحد الأسود" (إنتاج عام 1977م) حيث نرى إسرائيليا يلعب دور البطولة فى مواجهة حفنة من العرب الأشرار الإرهابيين الذين يسعون لقتل متفرجى كرة البيسبول بما فيهم الرئيس الأمريكى(بهجت، 2002 ، ص27).

وقد يفسر البعض هذا العداء للعرب والمسلمين بالصراع العربى- الإسرائيلى الذى بلغ ذروته خلال حكم الزعيم الراحل جمال عبد الناصر وامتد حتى توقيع اتفاقية كامب ديفيد في العام 1978 فى عهد الرئيس الراحل أنور السادات. وربما اعتقد البعض أن هذا العداء السينمائي سوف ينحصر فى الثمانينيات والعقود التالية بيد أن هذا الاعتقاد يجانبه الصواب

لأن الفترة التي تلت اتفاقية السلام عام 1979 شهدت أيضا أفلاما اتسمت بالعداء والتضليل وتشويه صورة العرب والمسلمين(عبد الحافظ، 2007، ص2).

ففي فترة الثمانينيات وما بعدها من القرن الماضي لم تغير السينما الأمريكية من موقفها وعدوانيتها تجاه العرب والمسلمين. فقد ورد في دراسة ( **Shaheen**, 2001, P109) مجموعة من الأفلام التي تشوه صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية، حيث ارتكزت هذه الدراسة على أكثر من تسعمائة فيلم يصور فيها العرب كأشخاص بلا رحمة ومتخلفين وإرهابيين ومتعصبين دينياً، ففى فيلم "يا الهى! أيها الشيطان" (1984م) يرى المشاهدون جورج بيرنز الذي يمثل شخصية (الشيطان)يفخر بأن ياسر عرفات ما هو إلا أحد أتباعه. وفى فيلم "حريق سانت بالمو" (1985م) يتم تصوير العرب على أنهم من ذوى الميول الجنسية الشاذة، وممن يروجون الكوكايين، وفيلم "مسألة ليست صغيرة" (1985م) يعمل على "تعزيز صورة الشيوخ العرب الذين يقومون بمطاردة الفتيات العذارى"، وفيلم "عودة إلى المستقبل" (1985م) يدور حول إرهابيين ليبيين يقومون بشراء قطع غيار للعبة (الفليبرز)، ظانين أنها ستساعدهم فى صناعة قنبلة نووية. وفى فيلم "سائق خاص" (1986م) نرى اللص المحتال "وهو يقوم بتوجيه الإهانات للشيخ، وإطلاق التعليقات الساخرة عليه، مثل "صاحب الرأس المغطاة بالمنشفة" و"راكب الجمال" و"كوم من الزبالة"." أما أفلام التسعينيات فإنها لا تقدم العرب إلا كإرهابيين يسعون إلى سفك الدماء وتدمير الحضارات

وتدبير الإنفجارات كما الحال فى فيلم "أكاذيب حقيقية" (إنتاج 1994م). أما أحداث فيلم "الحصار" (إنتاج 1998م) فتبدأ بالقبض على أحد العرب المشتبه في تورطه في بعض التفجيرات فى أمريكا.

وعبر استطلاع العديد من الأفلام الأمريكية يُلاحظ أن السينما الأمريكية لم تكفّ عن وصف العرب والمسلمين بأنهم مجموعة من الهمج والجهلة والإرهابيين، فالجدير بالذكر أن النقاد الأمريكيين قد أعلنوا من قبل أن هوليود قد أنتجت ما يزيد عن 210 فيلماً يسخر من الإسلام والعرب والمسلمين منذ 1986 حتى الآن منها فيلم قرار إداري Executive Decision: بطولة (ستيفين سيجال) وفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون) بخطف طائرة ركاب وتهديد من عليها بالقتل، ويظهر هؤلاء الإرهابيون وهم ملتحون ويتكلمون العربية فيما بينهم! وفيلم أكاذيب حقيقية True Lies: بطولة (أرنولد شوازنجر) وفيه يقوم الإرهابيون (المسلمون بإطلاق صاروخ نووي على فلوريدا)، وفيلم الحصار The Siege: وهو أسوأ فيلم صور المسلمين والعرب بأنهم إرهابيون، ولا يجب أن نندهش من ذلك وخاصة أن الشركة المنتجة هي شركة يملكها اليهود، وفيه يظهر المسلمون كوحوش لا تحركهم إلا الرغبة في القتل والتدمير باسم الإسلام. وفيلم طائرة السيد الرئيس Air Force One: يقوم المسلمون من جمهورية مسلمة واقعة في الاتحاد السوفيتي السابق، باختطاف طائرة الرئيس الأمريكي، وفيلم

درع الرب الجزء الثاني: ويظهر العرب في هذا الفيلم بأنهم مجموعة من البلهاء، وغير ذلك الكثير(Shaheen, 2001, p35).

ويشير (Shaheen, 2001, P43) أيضاً أن فيلم The Delta Force ، الذي أنتج عام 1986م، كان من أسوأ الأفلام التي وضعت العرب ضمن إطار ما يسمى "الإرهابيين"، إذ يظهر مجموعة من الفلسطينيين يقومون باختطاف طائرة متجهة إلى روما، ويطالبون بتغيير مسارها إلى بيروت، حيث يقومون بقتل الركاب، واحداً تلو الآخر، من دون أي رحمة أو شفقة، حتى تتم تلبية جميع مطالبهم، وبالطبع، يظهر خلال هذا الفيلم، الفريق الأمريكي بقيادة الممثل تشاك نوريس، الذي ينقذ الطائرة وطاقمها وركابها من خطر "الإرهابيين!"

وفي السياق ذاته يأتي فيلم Rules of Engagement الذي أنتج عام2000 م ، ويشوه صورة شعب بأكمله، حيث يبدأ بإطلاق قوات المارينز الأمريكية النار على اليمنيين، ويقدم الفيلم رسالة للرأي العام مفادها؛ أنه حتى الأطفال في اليمن يكرهون أمريكا ومستعدون لقتل الأمريكيين، ولهذا فإنك ترى المارينز يقتلون اليمنيين من دون أي ندم!

أما في فيلم الحصار The Siege فإن كل العرب إرهابيون، يقتلون ألوفاً من الناس في مدينة نيويورك قبل الحادي عشر من سبتمبر 2001م .

ويضيف جاك شاهين إن صورة العرب في هوليوود بقيت نفس الصورة التي صورها الأوروبيون والمستشرقون وفيها الحديث الأسطوري عن أرض العرب بما يشمل ذلك الصور النمطية عن الصحراء والخيام، والراقصات شبه العاريات، والسحر، ورغم أن تصوير العرب بهذه الصورة كان في بدايات هوليوود إلا أن الإحتفاظ بنفس الصورة والإبقاء عليها لم يتغير حتى في أفلام الكرتون التي أُنتجت بعد عشرات السنين ومنها فيلم علاء الدين الذي يقول فيه بطل الفيلم علاء الدين في أغنية افتتاحية يبدأ بها الفيلم "انا قادم من بلاد يقطعون فيها أذنك اذا لم يعجبهم وجهك ." (**Shaheen**, 2001, p68).

ويشير (نصيرة، 2015، صفحة 209) أن صورة العربي والمسلم في السينما الأمريكية تتحدد من خلال خمسة أنماط تبدأ بحرف B وهي ( Five B’S) تم تجسيدها من خلال الرسوم الكاريكاتورية أو في بعض الأفلام التلفزيونية والسينمائية وهي كالتالي :

1- صورة البدوي Bedouin : وهي ليست صورة البدوي الشهم الكريم، ولكنه البدوي غير المتحضر الهمجي الذي لا يمكن الوثوق به، والذي يعيش أساسا على الغزو فهو إنسان عدواني .

2- صورة الراقصة Belly Dancer : وهي أيضا ليست صورة الراقصة الفنانة، ولكنها صورة الراقصة المبتذلة والمثيرة للإغراء .

3- صورة العربي والمسلم كرجل بازار Bazaar man : وهي ليست صورة البازار الذي يحافظ على هويته ويصور منتجاته في صور مشرفة، ولكنها صورة رجل البازار الدائم للمساومة، والذي لا يمكن الوثوق به بعد الوصول إلى إتفاق .

4- صورة العربي والمسلم كبليونير Billionaire : وهو ليس بليونيرا بمعنى مشرف، ولكنه البليونير الذي لا يقدر قيمة المال لأنه حصل عليه بشكل سريع وبطريقة سهلة، وبالتالي فهو لا يعبأ به بل يبذره ويقامر به .

5- صور العربي والمسلم كقاذف قنابل Bomber : وهي الصورة التي جرى التأكيد عليها أكثر بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر 2001 ، فتصور العربي كإرهابي متوحش لا يبالي بالأطفال أو النساء . وهناك من يضيف صورة أخرى متمثلة في صورة الراقصة مع صورة المرأة التي ترتدي الحجاب، فهي المرأة حسبهم التي اتجهت للإغراء و إلى التخلف والعودة للوراء، فهي أيضا تعد صورة نمطية تضاف إلى الصور النمطية الخمس السابقة المشوهة لصورة العربي والمسلم .

وقد رصدت اللجنة العربية لمكافحة التمييز ADC مجموعة من الصور النمطية السلبية داخل مناهج التعليم الأمريكية، وهي صور تتبناها أيضا وسائل الإعلام الغربية وهذه المجموعة هي: (**Shaheen**, 2001, p530) .

- **الصور النمطية العامة:** وتصف العرب جميعا بأنهم (راكبو جمال، الواحة، وكل العرب مسلمون، القبيلة، البدو، الصحراء، الشيوخ ).
- **صور نمطية عن العالم العربي:** أن العالم العربي ساحة تنافس فيها الأبطال الغربيون مغامراتهم العاطفية (ألف ليلة وليلة، الجن، البساط السحري).
- **صور نمطية عن المسلمين:** على أنهم (سفاحون، إرهابيون، محاربون، مضطهدون للمرأة).
- **صور نمطية عن الفلسطينيين:** على أنهم يحاولون تدمير إسرائيل وإغراقهم في البحر، ومفجرو طائرات .
- **صور نمطية عن الرجل العربي:** على أنه شيخ بترول، ثري جدا، مسرف، يريد شراء أمريكا بماله، طماع، غير متعلم، غير أمين، دكتاتور .

يتضح مما سبق أن الأفلام الأمريكية أدت دوراً كبيراً في إعطاء صورة سلبية للمسلمين العرب عندما لم يكن هناك مصدر آخر للمعلومات حولهم وحول ثقافتهم، وحيث أنها تشاهد من قبل شريحة عريضة ومتنوعة من الناس في أنحاء العالم، فقد ساعدت الأفلام الأمريكية في انتشار هذه الصور النمطية السلبية للمسلمين العرب حوله.

**خامســـاً:الصهيونية وأثرها على السينما الأمريكية**

في يوم 5 إبريل من عام 1996 أدلى الممثل الأمريكي (مارلون براندو) في أثناء حوار له في البرنامج الأمريكي الشهير (لاري كينج شو) . والذي يُعده اليهوديّ الديانة (لاري كنج)، بتصريح له على الهواء مباشرة، أعلن فيه على الجمع قائلاً: اليهود يحكمون (هوليود)، بل إنهم يملكونها فعلاً! وانقلبت أمريكا كلها على (مارلون براندو)، واتهموه بالعنصرية ومعاداة السامية!، حتى استسلم في النهاية لهذا الهجوم، وأعلن أنه لم يقصد ما قاله(لاطة، 2014، ص1).

وفي عدد أغسطس من مجلة (مومنت Moment) والتي يملكها يهود، يتسائل المحرر اليهودي (مايكل ميدفيد) عن السر في أن كل صناع السينما في أمريكا من اليهود، وتورد الباحثة فيما يلي أسماءً لبعض الممثلين اليهود المتحكمين في هوليوود وعلى رأسهم: كيرك دوجلاس . مايكل دوجلاس . ديفيد دشوفني (بطل حلقات إكس فايلز) . آلان وودي . كريستال بيري . ساندرا بولوك . مارك فرانكل . جيف جولدبلوم . ريتشارد جير. ونظرا لخوف الكثير من اليهود من أن يأتي اليوم الذي يكتشف فيه أن هوليود قد وقعت تحت سيطرتهم، قام الكثيرون منهم بتغيير أسمائهم إلى أسماء مسيحية كنوع من أنواع التمويه!.. فمثلا اتخذ الممثل الأمريكي اليهودي (كيرك دوجلاس) هذا الاسم بدلا من (إيزادور ديمسكي)، ونجم الكوميديا

(جيري لويس) بدلا من (يوسف ليفيتش)، و(لاري كينج) بدلا من (لاري تزيجر)، و(بوليت جودارت) بدلا من (بوليت ليفي)، و(جوي أدامز) بدلا من (يوسف إبراهيموفتش) وهكذا(بركات، 2013 ، ص6).

كما يمتلك اليهود أهم الشركات المنتجة للأفلام وعلى رأسها(عزت، 2003 ، ص60):

**شركة MGM** ويملكها أسرة ماير اليهودية، ويرأسها كيرك كوركوريان، فرانك مانشو، ألان لاد وهم من اليهود.

**شركة WARNER BROSS** وتملكها أسرة وارنر اليهودية، ويرأسها اليهوديان جيرالد ليفين، ستيفين روس.

**شركة Universal Pictures** ويملكها ويتحكم فيها اليهود بنسبة 100 %، ويملكها أيضا لو ويسرمان، ويرأسها سيدني شاينبرج وتوماس بولاك وهم من اليهود.

**شركة Columbia Pictures** إشتراها جون بيترز، بيتر جربر وهم من اليهود.، ويرأسها بيتر كاوفمان وهو يهودي، ولا ينبغي أن ننسى إمبراطور الإعلام اليهودي (روبرت ميردوخ) والذي يملك أغلب استوديوهات التصوير في هوليود، والكثير من محطات التلفاز وعشرات الجرائد والمجلات..

إن سيطرة اليهود على وسائل السينما والإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية لم تتبع من الصدفة، بل عن طريق التخطيط الجاد لأنهم يدركون أن السيطرة على الإعلام تمكّنهم من التحكم في الحكومات والأفراد لخدمة أهدافهم ، وتلك هي بعض الأمثلة التي توضح كيف استفاد اليهود من سيطرتهم على هوليود: (عزت، 2003 ، ص62)

أ- لا يكاد يخلو أي فيلم أمريكي من شخصية أو أكثر من اليهود، و الذين غالبا ما يكون لهم دور محوري في الفيلم يحاربون الشر لنصرة الحق والعدل!! أو ذلك العبقري الفذ في مجاله الذي لا يستطيع أحد منازلته.. ومن هذه الأفلام فيلم يوم الاستقلال Independence Day: والذي يقود فيه يهودي العالم للاستقلال من غزو الكائنات الفضائية.

ب- هوليود واسرائيل: حيث تقوم هوليود بإنتاج أفلام تبتغي دعم (إسرائيل) بعدة طرق وذلك على النحو الآتي:

أولاً: إنتاج الأفلام الدعائية التي تجمل وجه (إسرائيل) وتبرز استحواذها على الحقوق الفلسطينية وتتغنى بالانتصارات الإسرائيلية، وإضافة إلى استمرار طرح موضوع الهولوكست، فقد انتقلت هذه الأفلام من تناول الإسرائيلي على أنه إنسان مسالم في مواجهة الوحوش العرب، إلى تصويره بعد حرب 1967 على أنه إنسان قوي استطاع هزيمة 22 دولة عربية، وتصوير (الإرهاب الفلسطيني) كمصدر خطر على الإنسانية، واعتبار أن أعمال الموساد

الإسرائيلي لا تضمن أمن (إسرائيل) فقط، ولكن أيضاً العالم الغربي المتحضر بأسره. ثانياً: الإنتاج المشترك وتصوير الأفلام الأمريكية في (إسرائيل) واستقدام فنانين لهم حضورهم الفني في هوليوود التي تضم غالبيتها يهوداً يمسكون بأيديهم مقدرات السينما بقوة.

ثالثاً: الدعم المالي المباشر عن طريق التبرعات وإقامة الحفلات التي يشارك فيها نجوم هوليود ويصب ريعها لصالح المنظمات الصهيونية من أجل دعم وتمويل مشاريع (إسرائيل) التوسعية.

ويضيف مايكل مدفد الكاتب والناقد السينمائي اليهودي المعروف بقوله "ليس معقولا أن ننكر حقيقة قوة اليهود وبروزهم في الثقافة العامة، إذ أن أي قائمة بأسماء مديري الإنتاج ذوي النفوذ بكل استوديوهات السينما الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية تحتوي على أغلبية كبيرة من الأسماء اليهودية الواضحة" (Medved, 1996, p31).

وعلى الرغم من أن اليهود لا يزيدون عن ثلاثة في المئة تقريبا من إجمالي سكان الولايات المتحدة فإن أكثر من نصف ملياردريات أمريكا من اليهود، كما أن رؤساء أكبر ثلاث شبكات تلفزيون وأكبر أربع شركات للانتاج السينمائي في الولايات المتحدة من اليهود، كما أن أصحاب أهم الصحف الأمريكية وأوسعها انتشارا وأكثرها نفوذا وتأثيرا وهي نيويورك تايمز هم من اليهود(وبر، 2014 ، ص3).

ويؤكد (حوات، 2001، ص 12) أن اليهود مساهمين بشكل كبير في سائر المرافق الإعلامية في العالم الخارجي كدور النشر داخل إسرائيل وخارجها، وهم يعتمدون على أدوات ظاهرة، وأدوات مستترة للهيمنة على وسائل الإعلام، فالوسائل الظاهرة في الإعلام الصهيوني تتمثل في:

1- ملكية المؤسسات الإعلامية في الغرب وأمريكا.

2- السيطرة على القوى البشرية في الكثير من أجهزة الإعلام الغربي والأمريكي.

3- السيطرة على الكثير من مصادر تمويل أجهزة الإعلام في الغرب وأمريكا.

أما الوسائل المستترة في الإعلام الصهيوني فتتمثل في الاحتكارات الكلية أو الجزئية في الصناعات الآتية: (حوات، 2001، ص 13)

1- الأفلام الخام التي تستخدم في السينما والتلفزيون حول العالم.

2- صناعة الورق والأحبار التي تستخدم في الطباعة بشكل عام وفي طباعة الصحف على وجه الخصوص.

3- صناعة وهندسة آلات الطباعة.

ومن خلال هذه الأدوات الظاهرة والمستترة تسلقت الصهيونية على أكتاف وسائل الإعلام الغربية والأمريكية، واقتحمتها وحولتها إلى وسائل أسيرة تابعة تطيع أوامر سيدها الصهيوني .

ومما لاشك فيه أن السيطرة على وسائل الإعلام كانت هدفاً رئيسيا لليهود، حيث ورد في كتاب "أحجار على رقعة الشطرنج" لوليم كاي كار أن استاذا لعلم اللاهوت والقانون الدولي في جامعة "نغولد شتات " في ألمانيا ويدعى آدم وايز هاوبت اعتنق الديانة اليهودية ، وأسس في عام 1776م جمعية يهودية من اليهود أطلق عليها اسم "جمعية النورانيين "، ووضع آدم وايزهاوبت تعلميات كان البند الرابع فيها ينص على مايلي : "على النورانيين الوصول إلى السيطرة على الصحافة وكل أجهزة الإعلام الأخرى والسيطرة على الأخبار " (خالد، 2008، ص 209)

كما يسيطر اليهود على السينما العالمية لإدراكهم بخطورتها، لذلك نجد أن رواد السينما العالمية وخاصة الأمريكية معظمهم من اليهود، ومن هؤلاء: اليهود الألماني الجنسية كارل ماير، واليهودي الروسي الجنسية سيرجي آينشتاين، والأمريكي ديفيد روك غريفيت الذي يعتبر شيخ السينمائيين الأمريكيين اليهود (عبد الله، 2010، ص250).

ورويدا رويدا أصبح اليهود سادة صناعة السينما العالمية من خلال امتلاكهم لأشهر شركات الإنتاج السينمائي العالمية وخاصة الأمريكية، وتشير الاحصائيات لعام (2010) إلى أن

أكثر من 90 % من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأمريكي، إنتاجا، وإخراجا، وتمثيلا، وتصويرا، ومونتاجا، هم من اليهود، وترجع سيطرتهم على السينما الأمريكية لعام 1909 حيث سيطروا على أول شركة إنتاج سينمائية أمريكية هي فيناغراف، وقد تخصصت في إنتاج أفلام سينمائية صهيونية.

ويشير (الدليمي، 2010، ص125) إلى أن اليهود استخدموا وسائل الإعلام، والتي من بينها السينما لنشر دعايتهم الصهيونية التي كانت تتلخص في الجوانب الآتية:

1- التخلص من ما ورثه اليهود من صور سيئة خصوصا في أوروبا

2- تشكيك الآخرين بمعتقداتهم سواء كانت هذه المعتقدات قديمة أو حديثه، بهدف خلق أجواء من التفكك العالمي يساعد الحركة الصهيونية على تحقيق أغراضها .

3- محاولة تعبئة عواطف الآخرين لتقبل تلك الأغراض بشتى الطرق

ولقد نجحت الدعاية الصهيونية بالتحكم في الكثير من المؤسسات والمنظمات الإعلامية والمصرفية والمهنية المهمة، كما نجحت هذه الدعاية في تحقيق صورة فريدة من نوعها وهي خلق حالة الولاء المزدوج لليهودي خصوصا بالنسبة ليهودي الولايات المتحدة الأمريكية فبقدر ولائهم لوطنهم أمريكا فإن ولائهم الثاني "إسرائيل" لا يقل عنه أهمية خصوصا في تقديم الدعم والإسناد لها(الدليمي، 2004،صفحة 200).

## دور الصهيونية في تشويه صورة العرب والمسلمين في السينما الأمريكية

يسيطر اليهود سيطرة شبه تامة على شركات الإنتاج السينمائي في عاصمة السينما الأمريكية هوليوود، فصناعة السينما في أمريكا هي يهودية بأكملها ويتحكم اليهود فيها دون أن ينازعهم في ذلك أحد، ويطردون منها كل من لا ينتمي إليهم، وجميع العاملين فيها هم إما من اليهود، أو من صنائعهم.

ولقد أنتجت شركة كانون الأمريكية المملوكة لعدد من المنتجين "الإسرائيليين "من أمثال مناحم كولن ولوران بلوكس وحدها ما يقرب من ثلاثين فيلماً، شوهت كل ما له علاقة بالعرب والمسلمين. حيث كان المخرجون والممثلون إما هم يهود يتبنون القضية بإخلاص أو أن اليهود نجحوا في استمالتهم فصاروا "ملكيين أكثر من الملك " مثل الممثلة جين فوندا التي ارتمت في أحضان الصهيونية وممثلة فيلم "تقلب" الذي يظهر العرب بصورة بشعة، وقد نقلت عنها مجلة الوطن العربي في عددها رقم 267 بتاريخ 2007/12/9 خبرا من مقابلة تلفزيونية أجراها التلفزيون الفرنسي بمناسبة عرض فيلمها هذا في باريس فقالت : "إن أكبر خطر يواجه أمريكا اليوم هو خطر العرب ببترولهم ودولاراتهم، وقد أنتجت هذا الفيلم لأثبت ذلك للعالم كله ".

كما يعمل اللوبي الصهيوني من خلال صناعة السينما الأمريكية على تحقيق هدفين رئيسيين:

1- تنمية الشعور المعادي للعرب عن طريق نشر كل ما يحط من قدرهم سواء عن طريق أفلام السينما، والهدف هو منع أي مساعدة أمريكية اقتصادية أو عسكرية لأي دولة عربية، ودعم السياسة الخارجية الإسرئيلية على كل المستويات وفي شتى المجالات .

2- تحويل الرأي العام من موقف الفهم والتأييد للوجود الإسرائيلي إلى موقف الدفاع عن هذا الوجود والتحالف معه ومحاولة تبرير كل تصرف إسرائيلي وقطع الطريق على كل خطة أمريكية تهدف إلى الإضرار بموقف إسرائيل السياسي أو العسكري في الشرق الأوسط، أو يتنافى مع رغبات الجالية اليهودية(العبد، 2009، ص382) .

ويبرز التأثير اليهودي (الصهيوني) على وسائل الدعاية الغربية وعلى صناع القرار الأمريكي بشكل خاص من خلال القنوات الإعلامية التي يمتلكها في الغالب أصحاب رؤوس الأموال اليهود مثل ( ABC–CBS–NBC) وهي شبكات تلفازية مثل (IPC) محطة التلفزيون الشعبية والحكومية ومثل صحيفة النيويورك تايمز التي تملكها أسرة يهودية من عائلة سلوزبرج والواشنطن بوست يملكها اليهودي يوجين مير وإذاعة صوت أمريكا التي كان يديرها اليهودي شارلي ويلك(الدليمي، 2010، ص88) .

ولقد جهد "اللوبي اليهودي" و "اللوبي الصهيوني " صاحب الحضور الأقوى والأكبر في الولايات المتحدة الأمريكية بخاصة وفي الدوائر الغربية المؤثرة بعامة، في تشويه صورة العرب والمسلمين في أذهان الأمريكيين خاصة والغربيين عامة، لخدمة إسرائيل في صراعها مع العرب والمسلمين، فقد استطاعت الدعاية اليهودية الصهيونية قلب الحقائق رأسا على عقب وأظهرت اليهود في فلسطين على أنهم الأضعف والأقل عددا في هذا الوسط العربي الإسلامي الضخم الذي يريد القضاء عليهم في الوقت الذي استطاعوا فيه زراعة الصحراء فضلا عن حسن استغلالهم لأراضي فلسطين الخصبة التي أهملها العرب بسبب كسلهم، وأن نزوح العرب من فلسطين لم يكن سببه اليهود بل جاء بناء على نصيحة إخوانهم العرب، مما دفع بالغرب لمناصرة اليهود، وتبني صراعهم مع العرب والمسلمين، ومدهم بالمال والسلاح وتيسير سبل هجرة اليهود إلى فلسطين . وبالمقابل كان العرب يعوضون عن ضعفهم وعدم قدرتهم على المواجهة بإطلاق التصريحات النارية التي تؤجج نار البغضاء لدى الدوائر الغربية وتزيد من تعاطفها مع اليهود، من مثل تصريحات العرب والمسلمين في ذلك الحين التي كانت لا تقبل بأقل من إغراق اليهود في البحر (جرار، 2000، صفحة 11).

لقد بدت صورة العربي والمسلم في المشاهد السينمائية، وخاصة في أفلام هوليوود، بشكل رومنطيقي أحيانا، وبصورة تتسم بالعنف في أحيان أخرى، وبالسذاجة والتحاذق في مرات ثالثة ورابعة، فالمشاهد السينمائية الغربية تظهرهم على أنهم أصحاب ثروات ضخمة،

وشيوخهم يخطفون النساء الغربيات لضمهن إلى حريمهم، وهم إرهابيون انتحاريون يقومون بتفجير أنفسهم لقتل الأبرياء من الغربيين أحيانا، وتصور بعضهم على أنهم مهرجون ومقايضون في سوق التجارة . أما النساء فهن راقصات أو جوار تابعات متلعثمات يسرن خلف الرجال، وكذلك إرهابيات لا يفرقن في إرهابهن بين البريء والمسيء . ولا تعدو صورة العربي والمسلم أن تخرج عن كونه غنيا، همجيا، وحشيا، غادرا، يعامل النساء معاملة سيئة، متعطشا للدماء حتى أن طريقة لبسه غريبة لا تتماشى مع العصر (جرار، 2000، ص24).

ويشير (Oytoby, 1980, p16) أن اللوبي الصهيوني ساعد في تكوين هذه الصورة السلبية للشعوب العربية والإسلامية وهذه الصورة أخذت صفات أصلية راسخة في التصور الغربي وهي صورة (الإرهابيون) خاصة بعد حرب الأيام الستة عام 1967.

ويؤكد (الدليمي، 2004، ص202 – 203) إن أهم ما تهدف إليه الصهيونية في توجهها الدعائي يتركز على الجوانب التالية :

1- الاستمرار في سياسة المواجهة مع الدول العربية كل على انفراد ومن خلال خطة محكمة وذكية إعلاميا وعسكريا وهذا ما سبق أن عملت به منذ قيام "إسرائيل" وحتى الآن .

2- تشجيع الأقليات ومخاطبتها بلهجة المصالح الذاتية لهذه الأقليات وبما يؤمن "لإسرائيل" استغلال ذلك لمصالحها .

3- قيام إسرائيل بتأجيج الصراعات المحلية خصوصا للدول التي تشعر "إسرائيل" بأنها تمثل خطرا حقيقيا أو أنها تشكل مصدر قلق عليها وكما حدث بالنسبة للحرب العراقية الإيرانية وحرب الخليج الثانية وما بعدها .

4- إذكاء المشاكل الجغرافية بالنسبة للأقطار العربية خصوصا تلك التي تشكو من ضعف في كيانها المصطنع .

5- العمل على إعادة ترتيب الأوضاع السياسية في المنطقة بما يتفق مع مصالح "إسرائيل " الإقليمية.

6- استمرار الحركة الصهيونية في جهودها الرامية إلى منع العرب من الحصول على أية حلقات من التطور العلمي أو التكنولوجي في أي مجال من مجالات الحياة خصوصا في المجالات التي تعتقد أنها تشكل خطرا عليها ومن خلال حملة دعائية وإن اقتضت الضرورة فإنها لا تتورع باستخدام القوة كما هو الحال بالنسبة لضرب مفاعل تموز العراقي ثم العدوان عليه 1991 ثم احتلاله في النهاية من قبل حليفتها الولايات المتحدة الأمريكية أو العدوان على سوريا ولبنان .

**سادســـاً:القيم التي تنشرها السينما الأمريكية**

تعرف القيم بأنها المقاييس والمبادئ التي نستعملها للحكم على قيمة الشيء وهي المعايير التي نحكم من خلالها على الأشياء "الناس والأغراض والأفكار والأفعال والمواقف " بأنها جيدة وقيمة ومرغوبة أو على عكس ذلك بأنها سيئة ومن غير قيمة أو قبيحة (الكناني، 2012، ص29).

وفي ظل سيطرة السينما على الثقافة والتوجيه ونشر القيم بعد أن ضاع دور الكتب وتراجعت الوسائل المسموعة فأصبح البصر والنظر المنفذ الوحيد إلى العقول والعواطف وحتى الضمائر.

ولقد لعبت صناعة السينما الأمريكية دورا عالميا في الترويج لقيم العنف والمغامرة والإرهاب والجاسوسية والجنس والجريمة المنظمة.. وكذلك في الترويج للكسب السهل والانحلال وتفكيك الأسرة فضلا عن الترويج للصناعة الأمريكية ولرجل الأمن والإنسان الأمريكي الخارق.

ويقول (أبو اصبع، 1999، ص276 ) إن أزمة وسائل الاتصال والأخلاق أزمة متصلة، فمن يملك القوة والنفوذ، ومن يملك وسائل الاتصال، ومن يملك الحق في التوصيل ومن يملك الحق في حجب الاتصال، وتحديد نوعيته وكميته سوف يظل المهيمن على القيم الأخلاقية والإعلامية وحراستها وتشويهها.

ويحذر (الموسى، 2002، ص51) من أخطار الغزو (الإستلاب) الثقافي متعدد الجهات الذي تتعرض له الثقافة العربية، والذي من شأنه دفع المتلقين العرب إلى "الإغراق في قيم اجتماعية وثقافية غير ملائمة "، كما يؤدي التصدي لواقع الحياة ". وليس خفيّاً على أحد أن الغزو الثقافي الغربي عبر وسائل الاتصال الجماهيري قد أدى إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها : "التأثير في الثقافة التقليدية " وانحدار مستواها، وبخاصة في مجال الأغاني والموسيقى الشعبية، وتشجيع "الروح الاستهلاكية على حساب الإنتاجية "، وإعادة تشكيل القيم العربية والتأثير فيها وتغييرها من خلال البرامج الغربية، الأمر الذي يخلق عند المتلقين "وعيا مصطنعا " يقود إلى الإنسلاب وإيجاد "صورة مشوهة عن العالم الخارجي بما يخدم الغرب "، والتأثير "في الروح المعنوية على مستوى جماعي وفردي ".

ويؤكد (حوات، 2005، ص87) أن تغيير القيم عبر وسائل الإعلام يمثل أقصى صور الاختراق الثقافي الذي هو عبارة عن حركة انتقال الأفكار والعقائد والقيم والعادات الغربية، بشكل مكثف وغير مسيطر عليه إلى المجتمعات العربية، ومن يماثلها في دول العالم الثالث، كما يمثل الاختراق الثقافي سياسية واستراتيجية للتدخل في شؤون الغير، بقصد التأثير في ثقافتهم وسلوكياتهم ومعتقداتهم، تدخلا كليا أو جزئيا بمختلف الوسائل .

وقبل الحديث عن القيم التي يمكن أن تقدمها السينما الأمريكية، لابد من الإشارة إلى العولمة الأمريكية، التي تعتبر محاولة أمريكية لتنميط العالم وفرض القيم الأمريكية عليه. تلك القيم القائمة على "الفردانية " أي حرية الفرد المطلقة وتفصيلا هي : الحالة التي تتم فيها عملية تغيير الأنماط والنظم الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ومجموعة القيم والعادات السائدة وإزالة الفوارق الدينية والقومية والوطنية في إطار تدويل النظام الرأسمالي الحديث وفق الرؤية الأمريكية المهيمنة والتي تزعم أنها سيدة الكون وحامية النظام العالمي الجديد(حارص، 2001، ص36).

تقوم وسائل الإعلام باختراق منظومة القيم الثقافية للدول المُستقبِلة من خلال المسلسلات والأفلام وقد نجحت أمريكا في اختراق الأنظمة الثقافية للدول العربية وقدمت لشعوبها النموذج الأمريكي كغاية مُثلى(عبد الله، 2010، ص79).

ويشير (حارص، 2008، ص46-50) إلى أهم القيم التي تسعى أمريكا إلى تمريرها من خلال وسائل الإعلام المختلفة في عصر العولمة، كما يلي:

**الفردية** : وتعنى أن حقيقة الإنسان في الكون هي فرديته، فكل ما عدا المرء غريب عنه لا يعنيه، فهي فردية تقوم على تخريب الرابطة الجماعية " العائلة، القبيلة، المدينة، الوطن .. " بحيث يتحلل الفرد تماما من الشعور الجماعي يصبح مؤمنا بأن وجوده لا يكمن في انتمائه

لجماعة أو لطبقة أو لأمة، ملغيا بذلك كل ما هو جماعي ليبقى إطار  واحد هو الإطار العولمي .

**الحرية دون مسؤولية :** وهي حرية مطلقة بلا ضوابط يمارس فيها الفرد خياراته الشخصية ومصالحه الخاصة دون مراعاة لأي اعتبارات تخص الآخرين أو حتى الوطن ذاته – لأنه في هذه الحالة لا يوجد وطن من أصله بالمعنى الحقيقي السيادي للوطن باستثناء وطن العولمة ومركزه في الولايات المتحدة الأمريكية – وهي حرية تتكامل مع مبدأ الفردية السابق فتكرس مبدأ النزعة الأنانية التي تعتبر القاعدة والركيزة الأساسية لليبرالية الجديدة المتوحشة "العولمة "، والفرد لا يهمه إلا الريح الخاص وتحقيق المنفعة الخاصة وينسى تماما ما يسمى بالمنفعة العامة التي لا توجد فقط إلا في وطن العولمة، فالكل يتنازل عن الشعور العام والمنفعة العامة لصالح العولمة، وعلى المؤسسات والجماعات والدول – إذا أرادت أن تنخرط في تيار العولمة – أن تعي أن إنتماء الإنسان وولاءه ينبغي أن يكون للمصالح والمكاسب التي يجنيها فقط "رفض القيم الروحانية " .

**الحياد السلبي :** وما دام كل فرد حر وله حق الإختيار فهو "محايد " وحتى الناس الذين يعيش بينهم والأشياء التي تحيطه "محايدون أيضا " وبالتالي فلا توجد مسؤولية تقع على أحد، ولا قيم يتم الإلتزام بها، ولا مبادئ يتم الإرتباط بها، فالناس متحللون من كل شيء لا

يفعلون إلا ما يرضي رغباتهم وأهوائهم . ونظرا لأن الحياة بلا التزام تغري كثير من النفوس البشرية بغض النظر عن معتقداتها الدينية، فثمة كثير من الشباب والفتيات والنساء من آمن بفكر العولمة وثقافتها.

**طبيعة الفروق البشرية** : فالعولمة تنظر إلى الفوارق بين الأغنياء والفقراء، بين المستغلين والمستغلين، بين الجلاد والضحية، بين الغالب والمغلوب كفوارق طبيعية، كالفرق بين الليل والنهار وبين الشتاء والصيف، وأن هذه الفوارق ناجمة عن التنافس الطبيعي في الحياة .

**الاعتقاد بغياب الصراع الإجتماعي** : لأن التسليم بهذا المبدأ يكرس الاستسلام للعولمة والانخراط فيها – أو بتعبير عابد الجابري– يكرس التطبيع مع الهيمنة لعملية الاستتباع الحضاري الذي يشكل الهدف الأخير للعولمة، أما الصراع فقد يؤدي إلى الخروج من التاريخ والحكم على الرافضين للعولمة بالزوال والإنقراض .

**محاكاة القيم والأبنية الغربية الرأسمالية** : يتعين على غير الغربيين في سائر مناطق العالم من مختلف الجنسيات والأعراق والطوائف أن يلتفتوا إلى ما لدى المجتمعات الرأسمالية من منظومة قيم أو أبنية سياسية وثقافية واجتماعية ليحاكوها ويلتزمون بها ويعملون على تطبيقها في بلدتهم لأن هذا هو الطريق الوحيد لأن يعيشوا داخل التاريخ ويلحقوا بحضارة العصر "العولمة" خاصة في ضوء انتهاء الصراع بين الرأسمالية والشيوعية لصالح الأولى . فالإلتزام

بقيم الرأسمالية هي المعيار الأساسي للنجاح، ولا مجال لقيم ترتبط بعقائد أو فلسفات أو مذاهب أخرى .

**الإخلاص لثقافة واحدة** : للعالم في عصر العولمة ثقافة واحدة يتعين على الفرد والمجتمع أن يتبناها لأن هذا هو ما يكفل الإنجاز السليم للمصالح البلوغ اليسير للأهداف، وبمقدار ما يخلص الفرد لهذه الثقافة ينهل من خيرات العولمة، وهذا حقه طالما أنه أخلص لها ومنحها الإنتماء والولاء ولم يلتفت لوطن أو جماعة أو عقيدة أو قيم، وأردك أن انتماءه الوحيد للدين الجديد "العولمة" .

**رفض الآخر وحضاراته** : على الآخر أيا كانت بيئته أن يدرك جيدا أنه أمضى زمنا طويلا من العيش في مجتمع متخلف، وكل ما كان لديه لم يسهم تغيير أوضاعه على النحو الأفضل، وأن عليه أن يغادر ذلك كله صوب مجتمع تضمن له فيه العولمة حياة يتجاوز معها ما كان يعيش فيه من بؤس وحرمان، وأن العولمة هي جوهرها مشروع للهيمنة يتجه نحو نفي حضارات الآخرين ولا يعترف بالتعددية الثقافية ولا يقر بالذاتية الحضارية ولا يتسامح مع الديانات الأخرى، ويرى في الحضارة الإسلامية مثل ما يرى في غيرها خطرا على الحضارة الغربية، ويأتي هذا في إطار إعادة رسم خريطة الوطن العربي جغرافيا وتغيير

نظمه السياسية وإعادة صياغة نظمه التعليمية والتربوية والسيطرة على مؤسساته الإعلامية والدينية ولاسيما التي ينظر إلها على أنها عقبه أمام مسيرة العولمة .

**المكانة الأمريكية** : النموذج الأمريكي بحكم تفوقه عسكريا وسياسيا واقتصاديا وثقافيا وإعلاميا هو القلب في فكر العولمة وعلى الآخرين أن يدركوا حدود قوتهم في العلاقة مع الولايات المتحدة، وأن يتصرفوا وفقا للمسار الذي تحدده لهم، مسار ما أسمته بالنظام العالمي الجديد أو العولمة .

وعطفاً على ما سبق فإن أخطر ما ترسخه ثقافة العولمة من خلال الإعلام العربي هو تعميق مفهوم الحرية بالمنظور الغربي بحيث يتاح للفنان و المبدع أن يتعدى على الذات الإلهية أو يسب الرسول – صلى الله عليه وسلم – أو يخرج عن الشرع والتقاليد العربية ويصطدم مع ما استقرت عليه المجتمعات من قبيل حرية الإبداع، تعميق مفهوم العاطفة والحب بالمنظور الغربي القائم على الألفاظ الإباحية والتفكير الهابط والملامسات الجسدية وممارسة الزنا والخيانة الزوجية وكل ذلك تحت ستار الحب وبأشكال فنية مؤثرة على وجدان الفتاة والشاب العربي كالأغاني والموسيقى والأفلام والمسلسلات والبرامج المتخصصة التي تعلم فن الغزل والغرام، والاستمرار في تعميق المد القيمي المادي في مقابل تراجع الجوانب الروحية والأخلاقية والمعنوية(حارص، 2008، ص116)

ومن القيم التي سعت السينما الأمريكية إلى تدميرها قيمة الفضيلة والحشمة التي يفرضها الدين والمجتمع في الدول العربية والاسلامية، فالسينما الأمريكية تهدف من خلال أفلامها إلى نشر الإباحية والتي تعني فن إثارة الغرائز الجنسية، ففي الوقت الحاضر في أمريكا وحدها أكثر من 900 دار سينما متخصصة في الأفلام الإباحية وأكثر من 1500 مكتبة ومحل فيديو تتاجر بأفلام ومجلات إباحية وهذا العدد يفوق حتى عدد مطاعم (ماكدونالد) بنسبة ثلاثة أضعاف(الكناني، 2012، ص125).

وأشارت إحدى الدراسات التي أجريت على 500 فيلم طويل تبين أن موضوع الحب والجريمة والجنس يشكل 72% منها وتبين من دراسة أخرى حول الجريمة والعنف في مائة فيلم وجود 168 مشهد جريمة أو محاولة قتل، بل إنه وجد في 13 فيلما فقط 73 مشهدا للجريمة (عبد الله، 2010، ص127).

وتوكد الدراسة أن أبرز ما رسخته الأفلام من قيم سلبية خلال السنوات الماضية ما أحدثته من خلل في أخلاق الرجال وأعراض النساء، ويتخذ هذا الخلل في عدة صور من أبرزها (عبد الله، 2010، ص195):

1- شيوع الرذيلة وسهولة إرتكابها، حتى أصبحت أمرا عاديا في بعض المجتمعات .

2- تفجير الغرائز والبحث عن سبل غير شرعيه لتصريفها، وذلك لما يرد في الأفلام من عري فاضح، ومن اختيار أجمل النساء للقيام بأدوار معينة في الأفلام، حتى إن بعضهن لا دور لها إلا عرض مفاتنها.

**العولمة الثقافية(الغزو الثقافي) وأثرها على منظومة القيم العربية والإسلامية:**

إن هذا الكم الهائل من الأفلام السينمائية والبرامج التلفزيونية التي يستوردها العالم العربي غالبيتها من العالم الغربي أدى إلى انتشار ظاهرة لها العديد من الآثار الضارة ألا وهي العولمة الثقافية التي تعني باختصار تعميم ثقافة واحدة وسيادتها وهيمنتها على غيرها من الثقافات، ومحاولة إحلال هذه الثقافة محل الثقافات الأخرى، ونشر مضمون هذه الثقافة ومحتواها من أساليب التفكير والتعبير والتذوق الفني وأنماط السلوك والتعامل والنظرة إلى الحياة والكون(جرار، 2000، ص66)

فالأفلام المستوردة محملة بالقيم وبأنماط الحياة وأساليب التفكير والسلوك الغربية، وتعمل – شئنا أم أبينا – على تذويب القيم في المجتمع المستورِد لهذه الأفلام، لتحل مكانها قيم البلد المُصدِّر وتغريب فكره وشعوره، الأمر الذي دعا الكثير من الدارسين إلى تسمية هذه الحالة بالغزو الثقافي . ونظرا لخشية الأمم على قيمها من هذا الغزو الثقافي، فقد نهضت الدول المتقدمة القوية لمقاومتها، وأوضح مثال على ذلك فرنسا التي وقف وزير ثقافتها في المؤتمر

الدولي للسياسات الثقافية الذي نظمته اليونيسكو في المكسيك سنة 1982 يهاجم الولايات المتحدة الأمريكية ويشكو مما تقوم به من غزو ثقافي . وقد ساندت وزيرة الثقافة اليونانية وزير الثقافة الفرنسي وشكت مما شكى منه، ويوضح الفرنسيون ما يعانون من هذا الغزو الثقافي بعرض بعض الحقائق من مثل أن نسبة 60% من واردات صناديق التذاكر في دور السينما الفرنسية مصدرها أفلام أمريكية مما يعرض في فرنسا، وأن ما تبثه الإنترنت من معلومات وبرامج باللغة الفرنسية لا يتجاوز 2% في حين يبلغ ما تبثه باللغة الإنجليزية 85%(الأسد، 1997 ، ص4)

إن القيم في الثقافة الغربية والأمريكية في جزء كبير منها تقف على نقيض القيم العربية الإسلامية، الأمر الذي جعل وسائل الإعلام الأمريكية الخاضعة للسيطرة الصهيونية تستفز كل قواها وآلتها الجهنمية المتطورة للإجهاز على القيم العربية الإسلامية التي تمثل أهم عناصر هوية الإنسان العربي ومصدر قوته(حوات، 2005، ص108).

إن صناعة الأفلام والمسلسلات التي يقصد منها إشاعة القيم الغربية من خلالها يكون فيها المجال أوسع وأرحب عند القائمين عليها، بحيث ينقلوا لنا ما يريدونه بتركيز أكثر وبصورة أوضح تنفيذا لسياساتهم الإعلامية المبنية على منهج علمي مدروس(جرار، 2000، ص28)

وبالرغم من أن المختصين في علم الإجتماع العربي قد بدأوا يدرسون ويتأملون مسألة الغزو الثقافي وآثاره السلبية على القيم في المجتمعات العربية، إلا أنهم لايزالوا عاجزين عن ربط ما تنتجه هوليوود وولت ديزني وغيرها والتي تبثها الفضائيات ومحطات الإرسال ووسائط ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بأهداف الغزو الثقافي عبر ظاهرة العولمة(حوات، 2005، ص109).

**الآثار السلبية للأفلام على منظومة القيم:**

ويورد (العبد، 2009، ص40-44) مجموعة من أهم الآثار السلبية للأفلام السينمائية على منظومة القيم في الدول العربية والإسلامية:

1- تهدف المضامين التي تُقدم في الأفلام الأمريكية على زيادة الاتجاهات نحو الاستهلاك وانتشار نمط الحياة الاستهلاكية، الذي لا يتلائم مع امكانيات الدول النامية، مما أدى إلى ظهور ما يسمى ثورة التطلعات التي تتحول في هذه الدول – نظرا لظروفها الاقتصادية الصعبة– إلى ثورة إحباطات وتهميش الهوية القومية .

2- طغيان قيم وعادات مجتمعات تختلف بشكل كبير عن المجتمعات العربية والاسلامية التي تستقبل هذه الأفلام، مما أدى إلى أن العالم أصبح أصغر، وتراجع مفهوم القومية والسيادة الوطنية.

3- تتضمن المضامين في الأفلام الأمريكية حملات تشويه مستمرة للثقافة العربية والإسلامية ورموزها، فهي تتعمد تقديم صورة للعرب والمسلمين تجمع بين الضعف والتخلف والإرهاب والتطرف، وتقدمهم في صورة لا تليق بهم وبتاريخهم وحضارتهم، ولا تعتمد على الحقائق الثابتة، بل تعتمد على نزعة عنصرية ظالمة، ويؤدي ذلك إلى إشاعة روح الإنهزامية واليأس واللامبالاة وتسطيح الوعي وهو ما يمثل تحديا فكريا وحضاريا.

4- تؤثر الأفلام الأمريكية على مفهوم الزواج وقيمة الأسرة عن طريق عرض نماذج العلاقات غير الشرعية، وتكريس فكرة "الأسرة المعيشة ".

5- إن هناك معلومات تصل مما يقدم في الأفلام إلى الطفل والمراهق العربي، الذي لم يصل بعد إلى نسق قيمي وأخلاقي كامل يمكنه من الحكم السليم على ما يشاهده، مما يؤثر عليه بشكل سلبي، وهو ما أكدته الدراسة التحليلية لصورة الأسرة في الأفلام والمسلسلات الأمريكية على عينة قوامها 15 فيلما من الأفلام الاجتماعية الأمريكية بالإضافة إلى 30 حلقة من المسلسل الأمريكي "الجرئ والجميلات " الذي قدم على القناة الأولى والثانية في التلفزيون المصري وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : أن النمط السلبي هو النمط الغالب على تكوين نمط العلاقات داخل الأسرة بنسبة

"47.18 % "، وتعكس القيم السلبية التي ركزت الأفلام والمسلسلات – عينة الدراسة – عليها الواقع المادي الذي يسيطر على العلاقات الاجتماعية في المجتمع الأمريكي، مما أدى إلى ضعف الروابط الاجتماعية وانتشار القيم السلبية منها : التفكك الأسري "23.8% "، طغيان المادية على السلوك الفردي "17.48% "، الخيانة "17.48%"، والإنحلال الأخلاقي "16.8%".

وأخيراً تقدم الباحثة فيما يلي نموذجا للقيم التي سعت الإدارة الأمريكية لنشرها عبر قناة الحرة الناطقة باللغة العربية منذ اليوم الأول لانطلاقها، فلقد حاول صناع القرار الأمريكي بعث رسالة عبر اختيار اسم قناة (الحرة ) والتي اختارت الحرية شعارا لها، وهدفا لتأسيسها، فما الذي تم بثه في يومها الأول :

1- في أول يوم لافتتاح بتاريخ 14 فبراير 2004 هذه القناة بثت القناة برنامجا حواريا عن مشكلة منع الحجاب على المسلمات في فرنسا، وحاول المحاور أن يدعي أن أغلب المفكرين المسلمين في فرنسا يؤيدون منع الحجاب وكأنه يضرب بعرض الحائط جميع المظاهرات التي حدثت بعد صدور قرار منع الحجاب من المسلمات التي أصرن على عدم التخلي عن الحجاب.

2- اتهمت هذه القناة المملكة العربية السعودية بأنها دولة متأخرة ولا توجد بها حريات، وأنها دولة متشددة والسبب الذي دفع الحرة لوصف السعودية بالمتأخرة والمتخلفة، لأنها منعت جميع المظاهر الاحتفالية الخاصة بعيد الحب (الفالنتاين ) .

3- وفي إحدى النشرات الإخبارية أوردت القناة خبرا عن زواج جماعي، وتبين أن هذا الزواج الجماعي، كان خبر لزواج جماعي لمثليي الجنس .

إن هذه هي القناة (الحرة) وهذه هي القيم التي تريدها أمريكا وتريد أن تنشرها في البلدان العربية والبلدان المسلمة .

**المبحث الثالث / الدراسات السابقة:**

**أ- الدراسات العربية**

- **دراسة د. وسام فاضل راضي ( الجوانب الدعائية في السينما العالمية أثناء النصف الأول من القرن العشرين ) مجلة الباحث الإعلامي - جامعة بغداد ، العدد "1 " لعام 2005**

تناول الباحث في دراسته الجوانب الدعائية التي تضمنتها السينما العالمية أثناء النصف الأول من القرن العشرين ، حيث حدد أهداف بحثه في نقاط محددة وهي :

1- تشخيص طبيعة التدخل والدعم الحكومي وحدوده وأبعاده في صناعة السينما العالمية لإنتاج أفلام تنسجم مع سياسة الأنظمة والحكومات .

2- تحديد أبرز المراحل التي مرت بها الأفلام السياسية والدعائية في دول الاتحاد السوفيتي (السابق)، الولايات المتحدة ، ألمانيا وإيطاليا .

3- التعرف على أساليب وأشكال تجسيد الأهداف الدعائية من خلال الأفلام السينمائية .

4- استعراض نماذج من الأفلام ذات التوجهات الدعائية والأفلام السياسية والحربية المنتجة في الدول تلك أثناء مدة البحث .

واعتمد البحث على المنهج التاريخي لتتبع الظاهرة الإعلامية ومراحلها التاريخية فضلا عن السعي للإطلاع على الوثائق والتصريحات التي عاصرت مدة البحث من أجل

التعرف على خصوصية المرحلة تلك في إطارها التاريخي ، كما اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الظاهرة في جوانبها الإعلامية والإتصالية والفنية وتحليل أبعاد استخدام الخطاب السينمائي لتحقيق أهداف دعائية وسياسية مختلفة .

وخلص البحث في ضوء تناوله للظروف السياسية والفنية التي عاشتها السينما العالمية إبان النصف الأول من القرن العشرين إلى مجموعة من النتائج ، أبرزها :

1- تأثير صناعة السينما بشكل كبير بالتيارات السياسية والظروف الدولية التي عاصرتها أثناء النصف الأول من القرن العشرين وعبرت أفلامها بشكل مباشر و غير مباشر عن توجهات وأيديولوجيات الأنظمة والحكومات التي كانت تسيطر عليها وتدعمها وتوظفها لخدمة مصالحها .

2- احتلت السينما مرتبة متقدمة في أولويات الزعماء والسياسيين في دول الإتحاد السوفيتي والولايات المتحدة وألمانيا وإيطاليا في عملهم السياسي والدعائي لاسيما وأنهم كانوا ينظرون إليها بوصفها وسيلة اتصال جماهيري يمكن لها تحقيق أهداف دعائية وسياسية مهمة وبشكل قد يتفوق على وسائل الاتصال الأخرى .

3- استغلال الدول الكبرى للسينما وأفلامها المعروضة داخل حدودها الوطنية وخارجها لتبرير سياساتها والسعي لكسب الدعم والتأييد لها أولا ومهاجمة خصومها وتشويه صورهم ثانيا .

- **دراسة م.م. سعاد إبراهيم عباس ( صورة العربي في الرؤية الصهيونية) ، ( مجلة مركز الدراسات الفلسطينية ، جامعة بغداد ، العدد (1) ، 2006 ) .**

تناولت الباحثة صورة الشخصية العربية من زاوية الرؤية الصهيونية والتي في الواقع تسيطر على الرأي العام الغربي في تحديد نظرته للعرب وللمسلمين ، خصوصا بعد أحداث 11 سبتمبر عام 2001 حيث انطلقت العديد من الدعوات التي تنادي بالتعرف على الثقافة الإسلامية والتعرف على جذور الضعف الكامنة فيها وإظهارها للعالم بأسره ، وبذلك توصلت الباحثة إلى نقطتين أساسيتين ، أولا : تقسيم الصورة النمطية حول العرب والمسلمين في الذهنية الصهيونية إلى عدة مجاميع وهي :

1- الصورة النمطية العامة ، وتصف هذه المجموعة العرب بأنهم (راكبوا جمال ، بدو يضعون العقال على رؤوسهم ، يعيشون في الصحراء ، عبيد للمال ) .
2- صورة نمطية عن العالم العربي ، وتصور هذه المجموعة العالم العربي على أنه ساحة تنافس يعيش فيه الأبطال الغربيون مغامراتهم العاطفية .
3- صورة نمطية عن المسلمين ، وتصور هذه المجموعة المسلمين على أنهم سفاحون، إرهابيون، محاربون ، متطرفون ، متعصبون ، مضطهدون للمرأة ، وأن الحرب عندهم مقدسة.

4- صورة نمطية عن الفلسطينيين ، وتصور هذه المجموعة الفلسطينيين على أنهم يحاولون تدمير "إسرائيل " وإغراقها في البحر ، مفجرو طائرات ، إرهابيون ، قتلة.

5- صورة الرجل العربي ، كشيخ بترول ، ثري جدا ، مسرف ، طماع ، قذر ، غير متعلم ، غير أمين ، فاسد ، عنيف ، خائن ، بربري ، يكره اليهود والغرب ، قاس ، مخادع ، عصبي المزاج ،غير عقلاني ، يخطف النساء .

6- صورة المرأة العربية ، مضطهدة من الرجال العرب والمسلمين أو أن معظم النساء راقصات عاريات ، سيدات جميلات يقعن في حب الرجل العربي ، أسيرات المنازل ، سلبيات ، محجبات، غير متعلمات ، عاطفيات إلى حد السطحية .

- **دراسة د. عمار طاهر (دور التلفزيون في تشكيل صورة الجندي الأمريكي عند طلبة الجامعات العراقية ) ، (مجلة كلية التربية الأساسية ، جامعة بغداد / كلية الإعلام – العدد 51 /2007 )**

تناول الباحث في دراسته الدور الذي يؤديه التلفزيون في تشكيل صورة الآخر (صورة الجندي الأمريكي ) ومدى انعكاس الاتصال الشخصي المباشر في تغيير هذه الصورة ، فقد سيطر الإنتاج الأمريكي من الأفلام والبرامج التلفزيونية لمدة طويلة على شاشات العرض في جميع أنحاء العالم في ظل تدفق أحادي يروج معظمه للنموذج الأمريكي القائم على رسم صورة خارقة للشخصية الأمريكية في تكريس مبدأ العدالة ونشر الحرية والديموقراطية في بلدان

العالم ، لا سيما أن السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية تتناغم مع ما تطرحه وسائل إعلامها بعد أحداث 11 سبتمبر عام 2001 وغزوها لأفغانستان والعراق .

وخلصت النتائج إلى:

أولا : صورة الجندي قبل احتلال العراق عام 2003

1- يمثل التلفزيون المصدر الرئيسي لتشكيل صورة الجندي الأمريكي لدى طلبة الجامعات العراقية قبل عام 2003 وبفارق إحصائي كبير عن السينما والإنترنت والصحف والمجلات والإذاعة .

2- خلق التلفزيون وبقية وسائل الاتصال صورة إيجابية للجندي الأمريكي لدى معظم طلبة الجامعات إذ قدمته على أنه شخص منضبط ملتزم بالقوانين العسكرية خارق القوى لا يقهر يدافع عن بلاده بشرف ويدافع عن حقوق الإنسان ويسعى لنشر الحرية ويدافع عن الديموقراطية و يمثل جانب الخير .

ثانيا : صورة الجندي بعد احتلال العراق عام 2003

1- تغيرت صورة الجندي الأمريكي لدى النسبة الغالبة من طلبة الجامعات بعد عام 2003 بشكل سلبي.

2- شغل التلفزيون المرتبة الثانية في تغيير صورة الجندي الأمريكي بالاتجاه السالب ، إذ كان للتعامل اليومي المباشر مع القوات الأمريكية في الشوارع العامة الأثر البالغ في تغيير الصورة فيما لم يكن لبقية وسائل الإعلام دور كبير في ذلك .

3- الصورة السلبية التي تشكلت من خلال التلفزيون كانت عبر نشرات الأخبار وبفارق إحصائي كبير عن البرامج التلفزيونية وأفلام العمليات المضادة للقوات الأمريكية التي تطرح عن طريق الأقراص المدمجة أو على شبكة الإنترنت .

ثالثا : صورة الجندي الأمريكي بعد فضيحة أبو غريب

1- تغيرت صورة الجندي الأمريكي سلبيا عند النسبة الأكبر من طلبة الجامعات بعد إرتكاب القوات الأمريكية حوادث قتل يومية للمدنيين في الشوارع العامة فيما طرأ هذا التغيير لدى البعض الآخر مع بداية الغزو الأمريكي للعراق وبعد سماح القوات الأمريكية بنهب مؤسسات الدولة وبعد فضيحة تعذيب المعتقلين العراقيين في سجن أبو غريب وبعد اجتياح المدن العراقية على التوالي .

- **دراسة م.م عدنان عبدالرزاق مصلح (أرض الميعاد في السينما الصهيونية ) (مجلة مركز الدراسات الفلسطينية / جامعة بغداد – العدد 8 /2008 )**

تناولت الدراسة مدى استغلال الحركة الصهيونية للسينما الصهيونية في ترويج مزاعمها وافتراءاتها عن "حق" اليهود في فلسطين ، مستخدمة في ذلك الأبواق الإعلامية الغربية وتحشيد الرأي العام الغربي الذي يعبر أبلغ تعبير عن وجهة النظر الصهيونية حيث تذهب الحركة الصهيونية في مزاعمها إلى حد النفي لشعب فلسطين في أرضه ومقدساته ، مستغلة ذلك من خلال السينما الصهيونية فقد برعت الحركة الصهيونية في استغلال هذه الآلة الفاتنة

لتحقيق أهدافها ودعاياتها ذات النزعة العنصرية ، وتوصل الباحث بعد الدراسة إلى عدد من النتائج :

1- لقد حاول علماء الآثار الإسرائيليون لعقود من الزمن أن يبرهنوا على أن التوراة تبرر عودة اليهود إلى أرضهم القديمة فقد أصبحت الحفريات الأثرية بغرض العثور على دلالة يؤكد حق اليهود في أرض الميعاد ، هوسا عاما في "إسرائيل" وجزءا من بناء الدولة حتى وصل الحال بالكثير من هؤلاء العلماء إلى استنتاج أن فلسطين هي ليست أرض الميعاد وإثبات أن بني إسرائيل عقب خروجهم من مصر بقيادة نبيهم موسى ، لم يتجهوا إلى فلسطين بل اتجهوا إلى المكوث في الصحراء ، لأكثر من أربعين عاما (كما يؤكد القرآن الكريم ذلك في سورة المائدة ، قال فإنها محرمة عليهم أربعين سنة يتيهون في الأرض فلا تأس على القوم الفاسقين ) ، وأن التاريخ وأدلته الثابتة تؤكد أن بني إسرائيل حاولوا دخول أرض فلسطين عدة مرات ولكنهم فشلوا ، بسبب دفاع أهلها الفلسطينيين عنها ، وإن مملكة يهوذا (إسرائيل الجنوبية) التي يتحدث عنها العهد القديم ، والتي أقيمت عليها دولة إسرائيل الحالية كانت مسكونة بأهلها الفلسطينيين .

2- الملاحظ بأن نصوص العهد القديم المتعلقة بشؤون الأرض الموعودة ، فيها من الإختلاف وعدم الموضوعية والإيهام ما يجعل القارئ لها يستبعد أن تكون نصوص

سماوية من عند الله ، لم يلحقها ما لحقها باقي توراتهم ونصوصهم الحالية ، وباقي أسفارهم المقدسة عندهم من التحريف والتزييف والزيادة والنقصان .

لقد استغلت الصهيونية السينما كآلة بارعة بالترويج لدعاياتها ، فقد أكدت الصهيونية من خلال السينما على أفلام اعتمدت بصورة خاصة على القصص التوراتية والموروثات اليهودية وتوظيفها أفضل توظيف وبشكل مبالغ من أجل اللعب على وتر النزعة الدينية وأكثر ما ركزت عليه هذه الأفلام فكرة "الشعب المختار " وأحقيته في أرض الميعاد ، من النيل إلى الفرات ، إلا أنه سرعان ما ظهرت أفلام تكذب الوعد المفترى بأرض الميعاد .

- **دراسة رضوان بلخيري (صورة المسلم في السينما الأمريكية تحليل سيميولوجي لفيلمي "الخائن traitor" و" المملكة the kingdom" ) رسالة ماجستير ، (الجزائر : قسم السينما والتلفزيون كلية الإعلام والاتصال جامعة دالي إبراهيم ، 2010 )**

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وتحديدا أسلوب التحليل السيميولوجي (تحليل كيفي واستقرائي للرسالة ذو مضمون كامن وباطن) من خلال اختيار عينة قصدية عمدية لفيلمين يتناولان الإسلام والمسلمين ، حيث تناول الباحث الصورة المرسومة للمسلم في الأفلام الأمريكية ، وخلص الباحث إلى النتائج التالية :

1- طرح فيلم الخائن صورة المسلم من وجهة النظر الغربية ، كيف يكون وكيف يجب أن يكون ، فهو خائن وماكر ويتخلى عن تعاليم دينه ومبادئه في أتفه المواقف ، في حين وجد أن فيلم المملكة يتطرق إلى شخصية المسلم وقدمها على أنها شخصية همجية شريرة وعنيفة تحب سفك الدماء واستهداف أرواح الأبرياء خاصة الأمريكيين ، الذين تكن لهم عداءا وكرها شديدا.

2- تطرق فيلم الخائن إلى المسلم على اعتبار أنه بارع في استهداف الأبرياء ويفضل العنف والقتل على السلم والأمان ، في حين تطرق فيلم المملكة بصورة جلية لدعم الفكرة على المسلمين جميعا بأن أمريكا تعطي المسلمين السلام والأمن ليقابلوها هم بالعنف والقتل واستهداف أرواح أبنائها .

3- يشترك الفيلمان في نقطة واحدة فهما قدما صورة الرجل الأمريكي المحب للسلام والأمن وأنه يؤدي مهامه بإتقان ورسالته نبيلة ، كما حرص الفيلمان على تقديم فكرة أن المسلمين جميعا يكنون عداءاً صريحا وكرها شديدا لأمريكا والأمريكيين وهذا ما يرسخ فكرة كره المسلمين لدى شعوب العالم خاصة الأمريكيين أنفسهم .

4- كما تطرق الفيلمان إلى موضوع أطفال المسلمين والتنشئة الإسلامية للطفل حيث طرح فكرة أن الأطفال المسلمين يتعلمون الإرهاب والعنف منذ الصغر و يحبذون القتل والاعتداءات التي يقومون بها آباؤهم وأن الآباء المسلمين يستغلون هذه الفئة

الفنية والعقول النيرة ليزرعوا فيها كره الأمريكيين ليصبحوا إرهابيين في المستقبل من خلال تشبع هؤلاء الأطفال بقيم الحقد والكراهية .

**5- دراسة م.م محمد رشيد صبار ( الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة الأمريكية وأثرها في مستقبل القضية الفلسطينية ) مجلة مركز الدراسات الفلسطينية – جامعة بغداد ، العدد" 14" لعام 2011 .**

تناول الباحث في هذه الدراسة تحليل الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق مادتها البشرية والاجتماعية ، ومنهجها في العمل ، ومضمونها وفحواها ، وطبيعة الآليات التي تعتمد عليها الدعاية الصهيونية في الولايات المتحدة ، وكيفية نجاحها في فرض رأيها على صانع القرار الأمريكي ، وما هو مستقبل القضية الفلسطينية في ضوء استمرار الدعم الأمريكي ل (إسرائيل) .

وتوصل الباحث من خلال دراسة أساليب (إسرائيل ) في الضغط على الولايات المتحدة الأمريكية لتنفيذ رغباتها ومصالحها والتي تدور في محاور متعددة منها التغلغل اليهودي في جميع قطاعات الدولة و إنشاء اللوبي الصهيوني الذي يتحكم بكل قرارات الولايات المتحدة السياسية والاقتصادية وحتى ممارسة النفوذ على الإعلام الأمريكي في ما يقدمه للعالم أو للمجتمع الأمريكي بحد ذاته والتي تهدف إلى إسكات كل صوت مضاد لتحديد الإطار الفكري ومناخ الرأي العام بانتهاج كل الأساليب المتاحة لتنفيذ ذلك مع الإلحاح

المستمر والمتكرر لترسيخ قضايا معينة مثل الخلط بين انتقاد السياسة الإسرائيلية ومعاداة السامية و أحقية إسرائيل في سلب فلسطين وإنشاء الدولة المزعومة .

وبذلك لخص الباحث هذه الدراسة بالنتائج التالية أن الترابط العقيدي بين الولايات المتحدة و (إسرائيل) والتحالف الاستراتيجي بينهما ما هو إلا وسيلة من وسائل الحفاظ على هذا الترابط في ظل تأكيد الإدارات الأمريكية المتعاقبة على يهودية (الدولة الإسرائيلية ) ، وكونها وطن لليهود ، هذا من ناحية ، والتأكيد على تفرد الولايات المتحدة بإدارة الصراع العربي – الإسرائيلي وعدم سماحها لأي طرف بطرح رؤى أو مبادرات للتسوية ، من ناحية ثانية ، ومن ناحية ثالثة ، التوجه الأمريكي للضغط على عدد من القوى الإقليمية لوضع مقترحاتها موضع التنفيذ ، كمجرد أدوات تحركها وقتما تشاء وكيفما تشاء ، ترتفع ببعض الأدوار ، وتنخفض بها وفق متطلبات كل مرحلة ، وبما يتفق وسياستها ببعديها الديني والمصلحي وبما يخدم المصالح الإسرائيلية بالدرجة الأولى .

ولذلك فإن مستقبل الصراع العربي الإسرائيلي في ظل تزعم الولايات المتحدة للعالم سوف يكون إلى جانب (إسرائيل ) يدعمه في ذلك الضعف والانقسام العربي التي تعانيه المنطقة العربية مما قد يؤدي ذلك إلى التوسع في استيطان المزيد من الأراضي الفلسطينية لمصلحة (إسرائيل ) وقتل وتشريد المزيد من الفلسطينيين .

**- دراسة د. رعد حميد توفيق صالح البياتي (أثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي العولمي الجديد)، (مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية / الجامعة العراقية ، كلية أصول الدين - العدد 37 -2012 )**

تناول الباحث في دراسته مشكلة أثر البعد الديني في الإعلام الأمريكي العولمي الجديد وحدد دراسته في تساؤل رئيسي هو هل أن الإعلام الأمريكي ومن خلال عولمة الإعلام له بعد ديني يسعى إلى تحقيقه ؟

وتوصل الباحث من خلال بحثه إلى النتائج التالية :

1- أن الإعلام الأمريكي يقود صراعا دينيا عقائديا يهدف من خلاله نشر الثقافة الغربية (المسيحية ) بشكل عام ، والثقافة الأمريكية بشكل خاص (مسيحية متطرفه ومتصهينة)، عبر آليات وأدوات أطلقت عليها مجتمعة مصطلح العولمة ، ولذلك يمكن إطلاق مصطلح الأمركة الذي يعبر عن حقيقة العولمة .

2- إن معظم قادة أمريكا ومهندسي سياساتها الخارجية ذوو معتقدات متطرفة تعود في أصولها إلى عقيدة ماسونية بوهيمية متصهينة ، ولذلك أطلق البعض عليهم باليمين المتطرف أو اليمين المتصهين .

3- إن عولمة (أمركة ) هذا الإعلام تتحد والغاية منه في إشاعة عقيدة واحدة وفكر واحد خلاف ما يتداوله الإعلام الأمريكي من عالميته .

4- إن لمواجهة الإعلام المؤمرك لابد من إيجاد طريقة للتعاون الإعلامي المشترك بين الدول العربية أولا ، والدول الإسلامية ثانيا ، تبدأ بتحديد مخاطر هذه العولمة ومن ثم وضع سياسات وبرامج محددة لمواجهة هذه العولمة الإعلامية ، ويمكن أن يكون ذلك من خلال إبراز الثقافة العربية والإسلامية ، وإنشاء مراكز ومراصد متخصصة لإيقاف حالات التعدي على الإسلام وشخصياته القيادية ، ومن الضروري تجاوز القطرية والتخطيط الخاص بالدولة أو إيجاد إستراتيجية محددة ينتهجها الإعلام العربي والإسلامي .

**ب- الدراسات الأجنبية**

**دراسة هاري مورغان بينشوف " وحوش في الخزانة ، الشذوذ الجنسي وأفلام الرعب " ، (رسالة دكتوراه، جامعة جنوب كاليفورنيا – قسم الفلسفة ، 1996 )**

تناولت الدراسة تاريخ أفلام الرعب التي تفسر أنواع العلاقات الجنسية في المجتمع والتاريخ الثقافي للشذوذ الجنسي في أمريكا . بالإعتماد على مجموعة واسعة من الأفلام و المواد الأولية للمصادر والتي تتضمن الملفات الرقابية والمراجعة النقدية ، المواد الإعلانية ، مجلات الهواة ، المجلات الرجالية ، والمجلات الأسبوعية ذات الشعبية، فالدراسة تختبر الشخصية التاريخية لأفلام الوحوش المتعلقة بمختلف القوالب الطبية والنفسية والدينية والاجتماعية للشذوذ الجنسي .

الدراسة تعرف بداية بأبرز علامات وسلوكيات الشذوذ المتوحشة في أفلام هوليوود التقليدية في فترة الثلاثينات ، ومن ثم متابعة تطورها من خلال أفلام الأدب في التاريخ الحديث . وعلى سبيل المثال الثنائي الشاذ السادي في الثلاثينيات ، أصبحا أكثر ليونة ، ألفه ، وتصرفاتهم الجنسية مبررة بصيغة نفسية تحديدا خلال سنوات الحرب العالمية الثانية ، وأيضا أصبح التقبل الاجتماعي للشذوذ الجنسي شائعا بتزايد وتشخيصه كعلة مرضية من خلال المؤسسات الطبية والقوات المسلحة ، فقد ظهرت في فترة الخمسينيات حالة من الخوف العام بسبب انتشار الشذوذ الجنسي المماثل بين الرجال ولكن بصورة متخفية في المجتمع وبصورة مشابهة لظهور الشيوعية المتخفية بين الناس حيث أصبح فيلم الوحوش في الخزانة شيء مطبق على الواقع وغير قابل للتغير ، وأصبح الأمر خلال هذه الفترة يشكل تهديدا جنسيا شاذا مستمرا على الجميع . وفي أواخر الستينيات كانت المحاضرات و حفلات الموسيقى والمخيمات قد بدأت بإظهار فيلم الوحوش بصورة مختلفة ، فمع القوانين الرقابية التي أصبحت أقل شدة أصبح من السهل لهؤلاء الوحوش أن يظهروا مثليتهم الجنسية بشكل علني أكثر كشاذين جنسيا .

مؤخرا ، استمرت بعض أفلام الرعب بتشويه صورة الشاذين جنسيا كالوحوش و كأشرار ، إلا أن الكتاب الآخرين وصانعي الأفلام استمروا في إعادة تحسين صورة الأنواع الشاذة من

خلال إظهار شخصيات القوات المتوحشة في الأفلام كأبطال وبطلات وإظهار القوات العسكرية أو القوات الطبيعية الغير شاذة على أنها القوات الشريرة والسيئة .

بالإعتماد على الوثائق النصية في تحليل عدد واسع من أفلام الرعب ( كلا الفيلمين الأمريكي والبريطاني) ، أظهر فيلم الوحوش في الخزانة أهمية الثقافة العامة التي يصنعها الإنسان (مثل أفلام هوليوود في الأدب ) التي تطرح تساؤلات الهوية ، السيطرة و القوة الاجتماعية . فهي تدرس كيف قامت أفلام الرعب ولازالت تقوم بتشويه صورة الشاذين جنسيا ، وما هي المتعة والثمن المدفوع من هذا التمثيل المقدم للمشاهد كفرد وكثقافة تقدم للعامة .

**دراسة علي القحطاني " صورة العرب ، الإسلام والمسلمين بعد أحداث 11 سبتمبر في صحيفة الواشنطن بوست و صحيفة نيويورك تايمز ، دراسة مقارنة لتحليل المحتوى " (رسالة دكتوراه – قسم علم النفس ، جامعة هوارد ، 2002 )**

ركزت هذه الدراسة على ردود فعل وسائل الإعلام الأمريكية على الهجوم الغير مسبوق على مركز التجارة العالمي والبنتاغون في 11 سبتمبر 2001 . في الستة أشهر اللاحقة للهجوم ، الإسلام والعرب والمسلمين تم تغطيتهم بصورة نمطية على نطاق واسع في الإعلام الأمريكي . بحثت هذه الدراسة أنواع الصور النمطية المفبركة التي ظهرت في أهم صحيفتين أمريكيتيين ، الواشنطن بوست ونيويورك تايمز في فترة الستة أشهر من بعد اعتداءات 11 سبتمبر 2001 ، الدراسة سعت للقيام بفحص من خلال النظر إلى المجموعات التي تتمحور

بين ثلاث كلمات مفاتيح رئيسية ، الإسلام ، العرب، والمسلمين والكلمات الوصفية التي تستخدم معهم ، هذه الوثيقة التحليلية المنوعة تسمح للبحث في أنواع الأطر التي بنتها وسائل الإعلام الأمريكية للإسلام والعرب والمسلمين .

بالاعتماد على نتائج الدراسة وترجمة هذه النتائج ، وجدت الدراسة أن وسائل الإعلام الأمريكية لا تقدم رأي متوازن عن الإسلام ، المسلمين أو العرب . في الواقع ، الصورة تكون في الغالب أكثر سلبية من الإيجابية . و وجدت الدراسة أيضا أن الصور يمكن أن تصنف إلى ثلاثة مواضيع عامة : العنف ، الدين و السياسة /الثقافة . فالدراسة لم تجد اختلاف ذو معنى في طبيعة الصور بين الصحيفتين ، بينما الدراسة وجدت الإختلاف في رسم الصورة لكلمات رئيسية محددة خلال مدة الستة أشهر ، وهذه الاختلافات لم تكن مهمة.

**دراسة لينا خطيب بعنوان " خلف الفجوة بين الشرق والغرب ، صورة السياسة الشرق أوسطية في السينما الأمريكية والمصرية " ( رسالة دكتوراه – قسم الفلسفة ، جامعة ليستر 2003 )**

هدفت الدراسة إلى تحليل السياسية الشرق أوسطية في الأفلام الأمريكية والمصرية المعاصرة والتي أنتجت ما بين العام 1980–2000 . كما هدفت الدراسة إلى بيان النظريات المعقدة في الشرق/ الغرب المنقسم، ولقد تطرقت الدراسة إلى أربعة أفكار رئيسية : التمثيل للصراع

العربي الإسرائيلي والأصولية الإسلامية ، واستخدام الفضاء (النفسي والعقلي) والجنس كأدوات تستخدم لتقوية الموقف القومي بما تطلبه كلا الجهتين من السينما.

وأظهرت النتائج إلى أن سينما هوليوود والسينما المصرية وضعت جنبا إلى جنب تصويرهم وتمثيلهم للسياسة الشرق أوسطية من أجل تعقيد الإنقسام بين الشرق والغرب .

**دراسة دعاء هنا علوان "برمجة الخوف : السياق الثقافي للإسلام والشخصيات المسلمة في أفلام الخيال في هوليوود " (رسالة ماجستير – كلية الأفلام وفنون الإعلام ، جامعة تشابمان ، 2012 )**

تبحث هذه الدراسة الطرق التي تصور المسلمين تحديدا كإرهابيين في أفلام هوليوود منذ السبعينيات والتي ساهمت في ترسيخ ثقافة الخوف تجاه الإسلام والمسلمين ، مما أدى إلى زيادة فقدان الحريات الأمريكية والحريات المدنية . من خلال تحليل الشخصيات الإرهابية المسلمة والربط بين الإسلام والعنف ، أصبح من الظاهر أن المئات من الأفلام قد شوهت صورة الأغلبية الساحقة من سكان مسلمي العالم . بغض النظر عن النفوذ المتنازع عليها فإن الأفلام والمجتمع سواء سمحت أو لم تسمح بأن يكون كل منهما على الآخر ، مع ذلك فالقصص قيلت مرارا وتكرارا وأصبحت جزءا من صورة مجتمعنا . فبعد اعتداءات الحادي عشر من سبتمبر، الجمعيات الفعالة بين قضايا الإسلام والإرهاب ، تضامنت مع قلة الشخصيات المسلمة الطبيعية في مشاهد السينما ، وترجمت إلى أن جميع المسلمين

مسؤولين عن الأحداث موضعة سببا للإنقسام ولو أنها نقطة مرجعية وهمية . التعاون الحالي بين المجتمع الأمريكي المسلم وسينما هوليوود أنتج بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر اتجاهات سينمائية ترفض المحاور التي تربط الإسلام بالإرهاب، على الرغم من استمرار وجود الشخصيات المسلمة الإرهابية . هذه خطوة أساسية أولى لصانعي الأفلام نحو منظور دقيق بشأن الإسلام وبشكل طبيعي يعيد المشاهد إلى الواقع بعيدا عن السياسة ، الضجيج والخوف .

**جـ / حدود الإستفادة من الدراسة**

تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بأنها تتناول "الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية " أما باقي الدراسات السابقة فتنوعت أهدافهم ما بين إظهار صورة المسلم في السينما الغربية ، إظهار صورة العربية بالرؤية الصهيونية ، إظهار صورة الجندي الأمريكي في عيون الطلبة العراقيين ... إلخ من الأهداف المختلفة .

أما بالنسبة لنوعية الأفلام التي تعرضت لها الدراسة الحالية فهي اختارت أفلاماً سياسية وإجتماعية ودينية ، أما معظم الدراسات السابقة تناولت نوعا واحداً من الأفلام ، وهذا يكسب الدراسة الحالية تنوعاً وشمولية .

كما يلاحظ على الدراسات السابقة أنها قامت بتحليل المضمون لفيلم واحد أو أكثر بقليل ، أما الدراسة الحالية فتتميز بأنها تحلل مضمون 36 فيلماً أمريكيا للتوصل إلى أهداف

الدراسة ، أما بالنسبة للفترة الزمنية لهذه الأفلام فقد اقتصرت هذه الدراسة على الأفلام التي أنتجت بفترة ما بين 2001 – 2012 ، وهذه الفترة شهدت العديد من النماذج للدعاية والتضليل الإعلامي التي أكسبت الحروب الأمريكية تأييداً شعبيا وحصيلة من الرأي العام الدولي والمحلي تتعاطف معها .

# الفصل الثالث

# (منهجية الدراسة)

# الطريقة والإجراءات

## الفصل الثالث

## (منهجية الدراسة)

## الطريقة والإجراءات

### أولا: منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية ، حيث استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون والذي يعد أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً ومنتظماً وكمياً. ويعد بمثابة أسلوب البحث الذي يهدف إلى تحليل المحتوى الظاهري أو المضمون الصريح لمادة الإتصال ووصفها وصفاً موضوعياً ومنهجياً وكمياً بالأرقام(Sekaran, 2003, p109)

ولقد تم اختيار هذه العينة بشكل قصدي للأفلام الأمريكية التي أنتجت بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر عام 2001 ، نظرا لحساسية هذه الفترة فيما يتعلق بالنظرة للعرب والمسلمين، واشتداد الدعاية والإعلام الأمريكي في هذه الفترة لتمرير السياسة الخارجية للولايات المتحدة الأمريكية حول العالم.

**مصادر جمع البيانات والمعلومات**

استخدمت الباحثة مصدرين أساسيين لجمع البيانات والمعلومات:

**1**-المصادر الثانوية: حيث اعتمدت الباحثة في الجانب النظري للبحث على مصادر البيانات الثانوية والتي تمثلت بالكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، بالإضافة للبحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

2- المصادر الأولية: لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأت الباحثة إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستمارات التي فرغت فيهم مضمون الأفلام الـ(36)وصنفتهم إلى أفلام سياسية ودينية واجتماعية بمعدل (12) فيلم من كل فئة.

**صدق الإستمارة** اختبار الصدق الظاهري :

يقصد بصدق الإستمارة أن تقيس ما وضعت لقياسه، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق الإستمارة من خلال ما يلي عرضها على مجموعه من المحكمين تألفت من مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية والمتخصصين وقد استجابت الباحثة لأراء المحكمين وقامت بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

**ثبات الاستمارة:**

للتحقق من درجة ثبات أداة الدراسة (تحليل المضمون) قامت الباحثة باستخدام معادلة كرونباخ ألفا حيث بلغ معامل الثبات (0.89) وتعد هذه النسبة مقبولة.

$$\alpha \frac{k}{k-1} - \left(1 - \frac{\sum S12}{\sum S \times 2}\right)$$

حيث أن :

A: تعادل قيمة الثبات كرونباخ ألفا.

K: تعادل عدد فقرات التحليل.

S: تعادل عدد عينة الدراسة.

**الأساليب الإحصائية المستخدمة:**

لاختبار أسئلة الدراسة فقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية في برنامج (SPSS) ، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية في معالجة بيانات الدراسة:

1- النسب المئوية والتكرارات والمتوسط الحسابي: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما ويفيد الباحثة في وصف عينـة الدراسة.

2_ اختبار ألفا كرونباخ (Cronbachs alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة

# الفصل الرابع

## نتائج تحليل الأفلام

### القضايا السياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية

### القضايا الدينية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية

### القضايا الاجتماعية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية

# الفصل الرابع

## نتائج تحليل الأفلام

### أولاً  الأفلام المصنفة أفلاماً سياسية:

### 1- معلومات الفيلم الأساسية

**الجدول رقم (1) معلومات الفيلم الاساسية**

| مدة الفيلم بالدقائق | انتاج | اخراج | بطولة | تاريخ الانتاج | الفيلم |
|---|---|---|---|---|---|
| 123 | Paramount pictures<br>Double feature films<br>Mtv films | Richard Lagravenese | Hilary Swank<br>Imelda Staunton<br>Patrick Dempsey | 2007 | Freedom writers |
| 136 | Touchstone Pictures<br>Casey Silver Productions<br>Dune Films | Joe Johnston | Viggo Mortensen<br>Omar Sharif<br>Zuleikha Robinson | 2004 | Hidalgo |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Killer elite | 2011 | Jason Statham<br>Clive Owen<br>Robert De Niro | Gary McKendry | Omnilab Media<br>Ambience Entertainment<br>Current Entertainment | 116 |
| Miral | 2010 | Freida pinto<br>Hiam abbass<br>Willem dafoe | Julian Schnabel | Pathe<br>Eran riklis productions<br>Eadle pictures | 112 |
| Syriana | 2005 | George Clooney<br>Matt Damon<br>Amanda Peet | Stephen Gaghan | Warner Bros.<br>Participant Media<br>4M | 128 |
| Taken2 | 2012 | Liam Neeson<br>Famke Janssen<br>Maggie Grace | Olivier Megaton | EuropaCorp<br>Grive Productions<br>Canal+ | 92 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| The core | 2003 | Aaron Eckhart<br>Hilary Swank<br>Delroy Lindo | Jon Amiel | Paramount Pictures<br>David Foster Productions<br>Munich Film Partners New Century & Company (MFP) Core Productions | 135 |
| The men who stare at goats | 2009 | Ewan McGregor<br>George Clooney<br>Kevin Spacey | Grant Heslov | BBC Films<br>Smokehouse Pictures<br>Westgate Film Services | 94 |
| The order | 2001 | Jean-Claude Van Damme<br>Sofia Milos<br>Charlton Heston | Sheldon Lettich | 777 Films Corporation<br>Millennium Films<br>Nu Image Films | 89 |
| The pianist | 2002 | Adrien Brody<br>Thomas kretschmann<br>Frank finlay | Roman Polanski | R.P productions<br>Heritage Films<br>Studio Babelsberg | 150 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| United93 | 2006 | David Alan Basche<br>Olivia Thirlby<br>Liza Colón-Zayas | Paul Greengrass | Universal Pictures<br>StudioCanal<br>Sidney Kimmel Entertainment | 111 |
| You don’t mess with the zohan | 2008 | Adam sandler<br>John turturro<br>Emmanuelle Chriqui | Dennis Dugan | Columbia Pictures<br>Relativity Media<br>Happy Madison Productions | 113 |

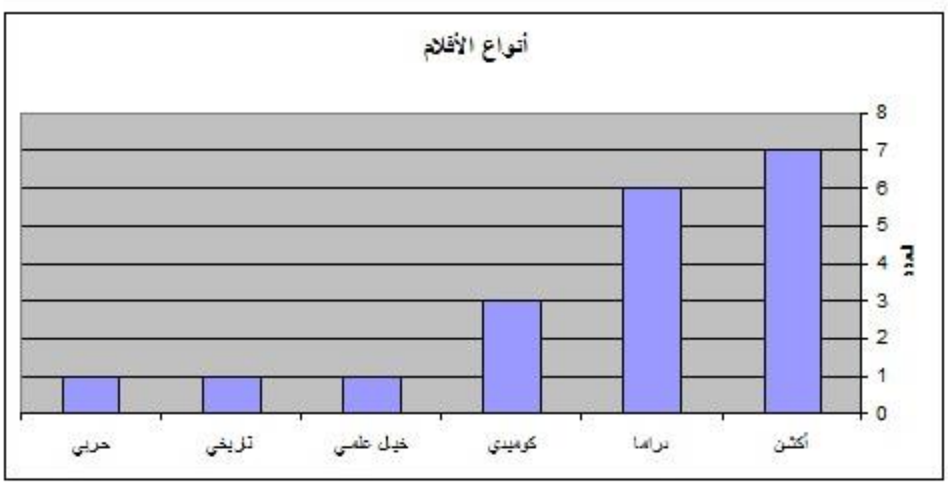
يوضح الجدول السابق أهم القضايا المرتبطة بالأفلام من حيث تاريخ إنتاجها الذي تراوح في الفترة الزمنية ما بين (2001–2012)، وأهم الممثلين في هذه الأفلام، إضافة إلى مخرجي هذه الأفلام والشركات المنتجة لها. وهذا الأمر سوف يفيد الباحثة في تفسير المشاهد والقضايا التي سعت هذه الأفلام إلى نقلها إلى عقول الجماهير في جميع أنحاء العالم باستخدام فن السينما الذي أصبح له تأثير كبير على جمهور المتلقين.

## 2- نوع الفيلم:

**جدول رقم (2): يبين أنواع الأفلام السياسية**

| النسبة المئوية | التكرارات | نوع الفيلم |
|---|---|---|
| 36.8 | 7 | أكشن |
| 31.6 | 6 | دراما |
| 15.8 | 3 | كوميدي |
| 5.3 | 1 | خيال علمي |
| 5.3 | 1 | تاريخي |
| 5.3 | 1 | حربي |
| 100.0 | 19 | المجموع * |

* ملاحظة يمكن أن يكون للفيلم أكثر من نوع فمثلا فيلم The order هو فيلم أكشن كوميدي.




**الشكل رقم (1) أنواع الأفلام**

ويوضح الجدول رقم (2) والشكل رقم (1) أن الأفلام السياسية ركزت على أفلام الإثارة والتي تعد أكثر رواجا لإيصال الأفكار التي ترغب في نشرها بين أوساط الجماهير وكانت نسبة استخدامها في الأفلام قيد الدراسة (36.8%)، وفي المقام الثاني استخدم القائمون على صناعة السينما الأفلام الدرامية بنسبة (31.6%) التي في الغالب تركز على وجود حبكة درامية تجذب الجمهور للمتابعة، وهي موجهة لمن لا يفضلون أفلام الإثارة ، وجاء في المركز الثالث الأفلام السياسية الكوميدية التي تمكن القائمين عليها من إيصال أفكارهم السياسية وخاصة الأفكار النقدية بأسلوب ساخر يجلب المتعة للمشاهدين وكانت نسبتها (15.8%)، وجاء في المرتبة الأخيرة وبنفس النسبة (5.3%) الأفلام السياسية الحربية والتاريخية وأفلام الخيال العلمي، وهذا ربما يعود إلى أن القضايا السياسية لا يصلح معها الخيال العلمي أو طبيعة الأفلام التاريخية والحربية.

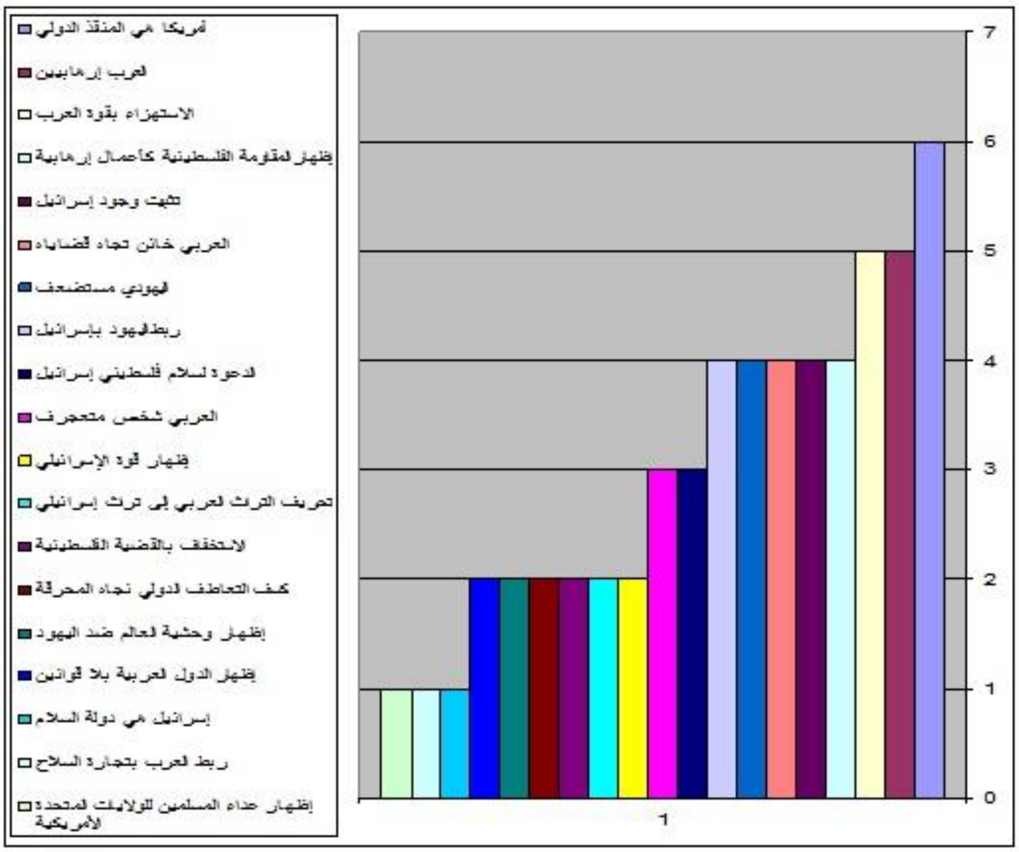
وتلاحظ الباحثة من السرد السابق أن القائمين على صناعة السينما في الفترة ما بين (2001-2012) أنتجوا أفلاما متنوعة للوصول إلى جميع شرائح وفئات المجتمعات حول العالم.

### 3- طبيعة المشاهد في الأفلام السياسية:

**الجدول رقم (3) طبيعة المشاهد في الأفلام السياسية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| أمريكا هي المنقذ الدولي | 6 | 50 |
| العرب إرهابيون | 5 | 41.66 |
| الاستهزاء بقوة العرب | 5 | 41.66 |
| إظهار المقاومة الفلسطينية كأعمال إرهابية | 4 | 33.33 |
| تثبيت وجود إسرائيل | 4 | 33.33 |
| العربي خائن تجاه قضاياه | 4 | 33.33 |
| اليهودي مستضعف | 4 | 33.33 |
| ربط اليهود بإسرائيل | 4 | 33.33 |
| الدعوة لسلام فلسطيني إسرائيلي | 3 | 25 |
| العربي شخص متعجرف | 3 | 25 |
| إظهار قوة الإسرائيلي | 2 | 16.66 |
| تحريف التراث العربي إلى تراث إسرائيلي | 2 | 16.66 |
| الاستخفاف بالقضية الفلسطينية | 2 | 16.66 |
| كسب التعاطف الدولي تجاه المحرقة | 2 | 16.66 |
| إظهار وحشية العالم ضد اليهود | 2 | 16.66 |
| إظهار الدول العربية بلا قوانين | 2 | 16.66 |
| إسرائيل هي دولة السلام | 1 | 8.33 |

| | | |
|---|---|---|
| ربط العرب بتجارة السلاح | 1 | 8.33 |
| إظهار عداء المسلمين للولايات المتحدة الأمريكية | 1 | 8.33 |




**الشكل رقم (2) المشاهد في الأفلام السياسية**

يتضح من الجدول رقم (3) والشكل رقم (2) أن (50%) من هذه الأفلام أظهرت أمريكا بأنها المنقذ لهذا العالم وهذا تعزيز لفرض الهيمنة والسيطرة الأمريكية على عقول الشعوب وجعل أمريكا في مرتبة المخلص لهذا العالم من أزماته ومشاكله، كي تستطيع أمريكا بعد ذلك تمرير مشاريعها على دول العالم المختلفة إنطلاقا من قوتها الإعلامية الهائلة والجبارة.

وفي مجال إظهار العرب كإرهابيين يتضح من التحليل أن (41.6%) من الأفلام احتوت مشاهداً تظهر العرب كإرهابيين، لتشويه صورة العربي وترهيب العالم منه، ووصفه بأنه الشخص الإرهابي والقاتل وغير المتحضر.

وفي مجال الاستهزاء بقوة العرب فقد ظهر في (41.6%) من الأفلام قيد الدراسة مشاهد تستهزئ بالعرب وقوتهم، وتظهر العربي بأنه يهتم بالنساء والطعام على حساب امتلاك القوة وتوضح الفشل العربي في مجال إدارة موارده الطبيعية وتبعيته السياسية والاقتصادية للغرب، وهذا نوع من الغزو الثقافي والفكري للمجتمعات العربية لإيهام العرب بأنهم ضعفاء وغير قادرين على مواكبة الغرب لا عسكريا ولا اقتصاديا ولا تقنيا ولا في أي مجال من مجالات الحياة.

كما احتوت (33.33%) من الأفلام على مشاهد تُظهر المقاومة الفلسطينية على أنها أعمال إرهابية، وهذا بفعل اللوبي الصهيوني المسيطر على مراكز اتخاذ القرار في الولايات المتحدة الأمريكية ومن بينها صناعة السينما، حيث يروج الإسرائيليون في كل مكان وكلما سنحت الفرصة لهم بأن الفلسطينيين هم العقبة أمام السلام بأفعالهم الإرهابية التي يرتكبونها في حق المدنيين الإسرائيليين –على حد زعمهم– الأمر الذي يجعل العالم يتعاطف معهم.

كما ركزت (33.33%) من الأفلام على إثبات وجود إسرائيل، فالسينما تعزز من عملية الغرس الثقافي للأجيال الجديدة والقديمة بأن إسرائيل أصبحت أمراً واقعاً وهي دولة ديمقراطية ومدنية ومتطورة –على حد زعمهم– بالتالي فإن مثل هذه الأفلام تغيّب عن الأذهان فلسطين المحتلة من قبل اليهود، وتجعل القضية كأنه صراع بين جانبين وليس بين أصحاب الأرض وبين محتلون أتوا من شتى بقاع الأرض.

كما سعت (33.33%) من الأفلام إلى إظهار العربي بأنه خائن تجاه قضاياه، وهذا استمرار في تقديم العربي بصورة مهزوزة ومشوهة للغرب، مما يقلل من احترام العالم للعرب بشكل عام.

كما بينت (33.33%) من الأفلام أن اليهودي مستضعف وهذا استمرار لتعزيز صورة أن العرب هم المجرمون وأن اليهود هم القلة المستضعفة التي يجب أن تمتلك القوة والمال لحماية نفسها لأنهم عادةً ما يصورون اليهود وإسرائيل بأنها محاطة بالأعداء من كل جانب وبالتالي تكتسب التضامن والتعاطف الدولي معها، ويكون رأي عام دولي ضد العرب.

ومن القضايا الخطيرة التي عززتها (33.33%) من هذه الأفلام ربط اليهود بإسرائيل في ظل التوجه الصهيوني لجعل العالم يعترف بما يسمونه (يهودية الدولة) أي أن تصبح إسرائيل هي دولة لليهود فقط، وهذا توجه خطير ازداد وضوحا في ظل الممارسات الإسرائيلية

على الأرض وبناء جدار الفصل العنصري الذي يفصل المناطق اليهودية عن المناطق العربية في إسرائيل بالكامل.

واحتوت (25%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد تدعو للسلام بين الفلسطينيين والإسرائيليين، وهذا من باب التطبيع وإظهار أن السلام هو الحل للقضية الفلسطينية، مع أن المعطل لعملية السلام هو الإجراءات الإسرائيلية على الأرض من قتل واعتقال وتهويد ومصادرة أراضي.. الخ من الممارسات الإسرائيلية التي لم تجرؤ الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على الإشارة إليها لا من قريب ولا من بعيد.

كما احتوت (25%) من الأفلام على مشاهد تظهر العربي بأنه شخص متعجرف وغير محبوب وذلك لزيادة نفور جمهور الأفلام من الشخصية العربية بشكل عام، وخلق انطباع سيء عن العرب.

كما أظهرت (16.6%) من الأفلام قيد الدراسة أن الإسرائيلي قوي، وهذا استمرار للرغبة الصهيونية القديمة في نشر أسطورة أن الإسرائيلي قوي ولا يقهر، وهذا من باب الحرب النفسية التي ينتهجها الإعلام الموالي للصهيونية منذ زمن بعيد واستمر ليظهر جلياً في الأفلام الأمريكية قيد الدراسة.

كما احتوت (16.6%) على مشاهد تم فيها تحريف التراث العربي إلى تراث إسرائيلي، وهذا امتداد للمحاولات الإسرائيلية لإثبات حقهم في الأرض المقدسة في فلسطين، فمن يملك التاريخ والتراث يملك الحاضر المستقبل، و بالتالي يسعى اليهود في أي مجال وفي أي فرصة تسنح لهم للزّعم بأن التراث العرب الفلسطيني من فولكلور شعبي وأطعمة شعبيّة وملابس شعبة هو تراث يهودي حتى يؤكدوا أحقيتهم في أرض فلسطين.

كما احتوت (16.6%) من الأفلام على مشاهد بدا فيها واضحا الاستخفاف بالقضية الفلسطينية ومعاناة الشعب الفلسطيني، وذلك لصرف النظر العالمي عن المعاناة الفلسطينية والقضية الفلسطينية وأطول احتلال في التاريخ امتد لأكثر من مئة عام وهو الاحتلال الإسرائيلي للأراضي الفلسطينية.

ولا تخلو الأفلام الأمريكية بالطبع من الإشارة للمحرقة اليهودية (الهولوكوست)، حيث بينت النتائج أن (16.6%) من الأفلام احتوت مشاهد تشير إلى المحرقة اليهودية على سبيل كسب التعاطف الدولي مع اليهود في هذا المجال.

وفي سياق متصل احتوت (16.6%) من الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على مشاهد تظهر وحشية العالم ضد اليهود وكيف كان اليهود مضطهدين وكيف أنهم هجروا من بلادهم إلى أرض فلسطين قسرا وكيف أنهم عوملوا بقسوة من جميع أنظمة الحكم في كل بقاع الأرض.

وسعت (16.6%) من الأفلام لإظهار الدول العربية بأنها دول بلا قوانين وتسود فيها العشوائية وشريعة الغاب في مقابل النموذج الغربي والإسرائيلي من الحضارة والمدنية، وهذا تشويه واضح ومتعمد لصورة العربي في السينما الأمريكية.

وبينت (8.3%) من الأفلام قيد الدراسة أن إسرائيل هي دولة السلام وأن المعطل لعملية السلام هم العرب وليس إسرائيل.

واستمرارا في تشويه صورة العرب فقد احتوت (8.3%) من الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على مشاهد تربط العرب بتجارة السلاح، مع العلم أن معظم مصانع السلاح حول العالم هي مصانع أمريكية وروسية وإسرائيلية، فإن كان العرب مروجين لهذه الأسلحة حسب زعم صانعي هذه الأفلام فلقد تناسوا أن منشأ صنع هذه الأسلحة هو الغرب وإسرائيل.

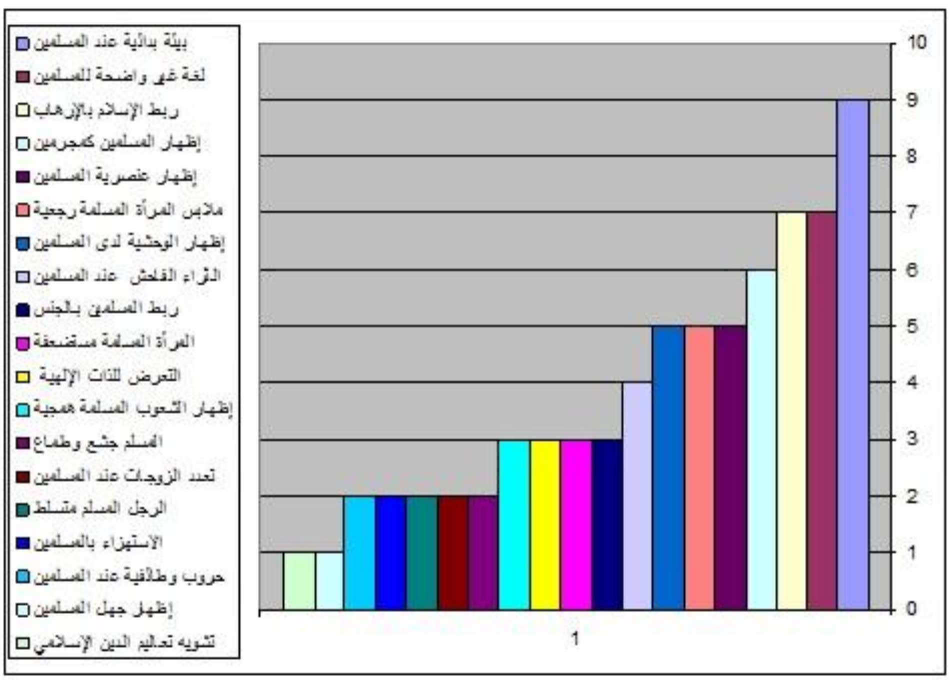
وأخيرا احتوت (8.3%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد أظهرت عداء المسلمين للولايات المتحدة، وهذا ببساطة حتى تتعزز الصورة المغلوطة التي تسعى الآلة الإعلامية الضخمة في أمريكا إلى نشر ها عبر صناعة السينما عن المسلمين حول العالم.

**الإشارات الدينية في الأفلام السياسية قيد الدراسة:**

**الجدول (4) الإشارات الدينية في الأفلام السياسية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| بيئة بدائية عند المسلمين | 9 | 75 |
| لغة غير واضحة للمسلمين | 7 | 58.33 |
| ربط الإسلام بالإرهاب | 7 | 58.33 |
| إظهار المسلمين كمجرمين | 6 | 50 |
| إظهار عنصرية المسلمين | 5 | 41.66 |
| ملابس المرأة المسلمة رجعية | 5 | 41.66 |
| إظهار الوحشية لدى المسلمين | 5 | 41.66 |
| الثراء الفاحش عند المسلمين | 4 | 33.33 |
| ربط المسلمين بالجنس | 3 | 25 |
| المرأة المسلمة مستضعفة | 3 | 25 |
| التعرض للذات الإلهية | 3 | 25 |
| إظهار الشعوب المسلمة همجية | 3 | 25 |
| المسلم جشع وطماع | 2 | 16.66 |

| | | |
|---|---|---|
| تعدد الزوجات عند المسلمين | 2 | 16.66 |
| الرجل المسلم متسلط | 2 | 16.66 |
| الاستهزاء بالمسلمين | 2 | 16.66 |
| الحروب الطائفية عند المسلمين | 2 | 16.66 |
| إظهار جهل المسلمين | 1 | 8.33 |
| تشويه تعاليم الدين الإسلامي | 1 | 8.33 |




**الشكل (3) الإشارات الدينية في الأفلام السياسية**

يلاحظ من الجدول (4) والشكل (3) أن (75%) من الأفلام قيد الدراسة ركزت على إظهار البيئة البدائية عند المسلمين لتعزيز فكرة التخلف والبعد عن المدنية عند المسلمين، وهذا يمهد فيما بعد لإلصاق التهم بهم لمجرد كونهم مسلمين.

كما يلاحظ أن (58.33%) من هذه الأفلام تحدثت بلغة غير واضحة للمسلمين، كما ربطت نفس النسبة (58.33%) من الأفلام الإسلام بالإرهاب، في ظل التوجه العالمي بشكل عام والأمريكي بشكل خاص بعد أحداث 11 سبتمبر، لتخويف العالم الإسلام واتهام الإسلام أنه وراء الاعتداءات التي تحدث في العالم باسم الإرهاب، وهذا يقع في صميم التضليل الإعلامي الممارس ضد الإسلام.

كما يلاحظ من الجدول السابق أن(50%) من الأفلام قيد الدراسة أظهرت المسلمين كمجرمين وهذا زيادة في ربط الصورة الذهنية للإسلام بالإجرام لتكوين رأي عام عالمي ضد الإسلام والمسلمين.

أما في مجال إظهار عنصرية المسلمين فلقد احتوت (41.6%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد تظهر المسلمين عنصريين ويميزون بين المسلم وغير المسلم، وتظهرهم بأنهم يميزون بين الرجل والمرأة .. الخ من أشكال العنصرية التي رفضها العالم المتحضر في العصر الحديث، وهذا إمعان في تشويه صورة الإسلام والمسلمين.

كما احتوت (41.6%) من الأفلام على مشاهد تحدثت عن ملابس المرأة وأنها رجعية ولا تساير العصر، والغريب أن التركيز على هذا الموضوع يفرغ المضمون من محتواه فليست الملابس هي التي تحدد مستوى تحضر الأمم والشعوب، غير أن صناعة السينما الأمريكية هي أداة من أدوات العولمة التي اجتاحت العالم والعولمة تقتضي تغيير الموروث الشعبي والديني وتطال حتى الملابس، وهنا تأتي الأفلام لتعزز فكرة أن اللباس الشرقي الإسلامي المحتشم هو لباس رجعي ولا يواكب متطلبات العصر، وتروج للأنماط الغربية في اللبس وبالتالي تكتمل حلقة العولمة.

كما أظهرت (41.6%) من الأفلام قيد الدراسة أن المسلمين متوحشون وهذا إمعان في عكس صورة متخلفة عن المسلم حتى يسهل عليهم أن ينسبوا كل الجرائم والأعمال الإرهابية للمسلمين في كل مكان.

كما أشارت (33.33%) إلى قضية الثراء الفاحش لدى المسلمين، وكيف ينفقون هذه الأموال على شهواتهم ومتعهم الشخصية، أو في مجالات الإرهاب، بالتالي يزداد حنق العالم وغضبه من المسلمين.

وفي سياق متصل ربطت (25%) من الأفلام قيد الدراسة المسلمين بالجنس، وهذا تعزيز لصورة المسلم بأنه منساق وراء شهواته وأنه لا يفكر إلا في كيفية قضائها.

وركزت (25%) من هذه الأفلام على المرأة المسلمة وكيف أنها مستضعفة ومنتهكة الحقوق وأنها موجودة في حياة الرجل للمتعة فقط وأنها لا تمثل نصف الكون كما هو الحال في العالم المتحضر، وهذا إمعان في تشويه صورة الإسلام وإظهاره بأنه الدين العنصري الذي يميز بين البشر على أساس أجناسهم.

كما احتوت (25%) من الأفلام على مشاهد تعرضت للذات الإلهية بشكل غير محترم، وهذا يدل على أنه لا يوجد سقف للمحرمات في السينما الأمريكية وأن الرقابة على صناعة السينما الأمريكية لا تأخذ في الحسبان مشاعر المسلمين وتسمح بالتعرض للذات الإلهية في الأفلام.

كما أظهرت (25%) من الأفلام المسلمين بأنهم همج، وهذا يعزز الصورة التي يريد أن يزرعها صانعو هذه الأفلام في عقول الجماهير بأن المسلمين متخلفون وهمج ولا يمتون للمدنية بصلة، وبالتالي يسهل عليهم إلصاق أي جريمة بعد ذلك بالإسلام والمسلمين.

كما احتوت (16.6%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد تفيد بأن المسلم جشع وطماع، وهذا تزييف للواقع ومحاولة لإلصاق الجشع والطمع اللذين طالما اقترنا في الأدب الأجنبي بشخصية اليهودي الجشع الطماع المرابي، ولقد سعى اليهود إلى تحسين صورتهم وفي نفس الوقت تشويه صورة المسلم واتهامه بصفات هم أولى بها.

كما احتوت (16.6%) من الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على مشاهد تظهر تعدد الزوجات عند المسلمين، وتحاول هذه الأفلام أن تعمم هذه القضية وأن تظهر أن تعدد الزوجات هو نمط حياة لدى المسلمين وأنه ليس حالات فردية ضمن شروط محددة الأمر الذي يعد استكمالاً لإظهار الإنسان المسلم بأنه شهواني وأن المرأة في الإسلام دورها هامشي لإشباع رغبات الرجل فقط وهذا تزييف حقيقي لواقع الأمر.

وأظهرت (16.6%) أن الرجل المسلم متسلط، وأنه صاحب فكر متطرف لا يقبل الآخر في محاولة متصلة من صنّاع هذه الأفلام لإلصاق أبشع التهم بالشخصية المسلمة.

كما هزئت (16.6%) من الأفلام بالمسلمين عبر مشاهد في هذه الأفلام ، وبينت نفس النسبة (16.2%) من الأفلام كيف أن المسلمين منشغلون بحروبهم الطائفية، وأنهم دائمو الخلافات ويفتعلون الحروب لإراقة الدماء.

كما احتوت (8.3%) من الأفلام على مشاهد تظهر المسلمين بأنهم جهلة وهذا إمعان في تشويه الصورة الحقيقية للإسلام وإلصاق الصفات البشعة بالإسلام والمسلمين.

كما احتوت (8.3%) من الأفلام على مشاهد كان فيها تشويه معتمد لتعاليم الدين الإسلامي، حيث تُظهر بعض الأفلام أن العبادات التي يؤديها المسلمون هي عادات وثنية

وأنها تمارس بالإتباع والتقليد الأعمى دون أي تفكير مع العلم بأن الدين الإسلامي هو دين تأمل وتفكر قبل أي شي آخر.

**ثانياً  الأفلام المصنفة أفلاماً دينية:**

**1- معلومات الفيلم الأساسية**

**الجدول رقم (5) معلومات الفيلم الأساسية**

| مدة الفيلم بالدقائق | انتاج | اخراج | بطولة | تاريخ الانتاج | الفيلم |
|---|---|---|---|---|---|
| 143 | Paramount Pictures<br>Paramount Vantage<br>Anonymous Content | Alejandro Gonzalez Inarritu | Brad Pitt<br>Cate Blanchett<br>Gael Garrcia Barnel | 2006 | Babel |
| 144 | Revolution studios<br>Jerry Bruckheimer Films<br>Scott free Productions | Ridley Scott | Josh Hartnett<br>Ewan McGregor<br>Tom Sizemore | 2001 | Black Hawk down |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Cairo time | 2009 | Patricia Clarkson<br>Alexander Sidding<br>Elena Anaya | Ruba Nadda | Foundry Films<br>Samson Films<br>Astrak Media | 90 |
| Looking for comedy in Muslim world | 2005 | Albert Brooks<br>Sheetal sheth<br>John carroll Lynch | Albert Brooks | Seventh Pictures Productions<br>Kintop Pictures<br>Shangri-la Entertainment | 98 |
| Rendition | 2007 | Reese Witherspoon<br>Jake Gyllenhaal<br>Peter Sarsgaard | Gavin Hood | Anonymous Content<br>Level 1 Entertainment<br>MID Founddation | 122 |
| Team America : world police | 2004 | Trey parker<br>Matt stone<br>Ella russ | Trey parker | Paramount pictures<br>Scott rudin productions<br>MMDP Munich Movie | 98 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Tears of the sun | 2003 | Bruce Willis<br><br>Cole Hauser<br><br>Monica Bellucci | Antoine Fuqua | Cheyenne Enterprises<br><br>Michael Lobell Productions<br><br>Revolution Studios | 121 |
| The dictator | 2012 | Sacha Baron cohen<br><br>Anna Faris<br><br>John C. Reilly | Larry Charles | Paramount Pictures<br><br>Four by two Films | 83 |
| The prince and the marine | 2002 | Mark-paul gosselaar<br><br>Marisol Nichols<br><br>Keith Robinson | Mike Robe | Aloe Entertainment<br><br>Columbia Tristar television<br><br>Proud mary Entertainment | 100 |
| The stoning of Soraya M. | 2008 | Shohreh Aghadashloo<br><br>Jim Caviezel<br><br>Mozhan Marno | Cyrus Nowrasteh | Roadside Attractions<br><br>Mpower Distribution<br><br>Mpower Pictures | 114 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Thor | 2011 | Chris Hemsworth<br>Anthony Hopkins<br>Natalie Portman | Kenneth Branagh<br>Joss Whedon | Paramount Pictures<br>Marvel Entertainment<br>Marvel Studios | 115 |
| Unthinkable | 2010 | Samuel L.Jackson<br>Carrie-Anne Moss<br>Michael Sheen | Gregor Jordan | Lleju Production<br>Sidney Kimmel Entertainment<br>Kimmel International | 97 |

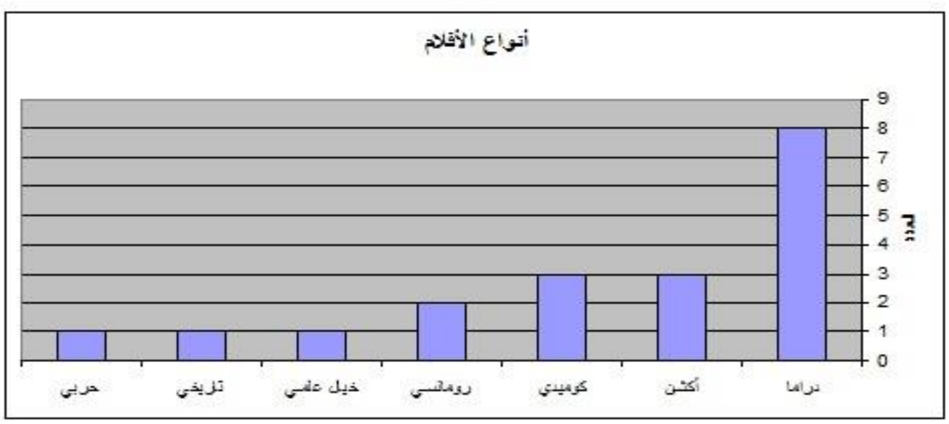
يوضح الجدول السابق أهم القضايا المرتبطة بالأفلام من حيث تاريخ إنتاجها الذي تراوح في الفترة الزمنية ما بين (2001–2012)، وأهم الممثلين في هذه الأفلام، إضافة إلى مخرجي هذه الأفلام والشركات المنتجة لها. وهذا الأمر سوف يفيد الباحثة في تفسير المشاهد والقضايا التي سعت هذه الأفلام إلى نقلها إلى عقول الجماهير في جميع أنحاء العالم باستخدام فن السينما الذي أصبح له تأثير كبير على جمهور المتلقين.

## 2- نوع الفيلم:

**جدول رقم (6): يبين أنواع الأفلام الدينية**

| النسبة المئوية | التكرارات | نوع الفيلم |
|---|---|---|
| 42.1 | 8 | دراما |
| 15.8 | 3 | إثارة |
| 15.8 | 3 | كوميدي |
| 10.5 | 2 | رومانسي |
| 5.3 | 1 | خيال علمي |
| 5.3 | 1 | تاريخي |
| 5.3 | 1 | حربي |
| 100.0 | 19 | المجموع * |

* ملاحظة يمكن أن يكون للفيلم أكثر من نوع فمثلا فيلم Black Hawk down هو فيلم دراما تاريخي حربي.




**الشكل رقم (4) أنواع الأفلام الدينية**

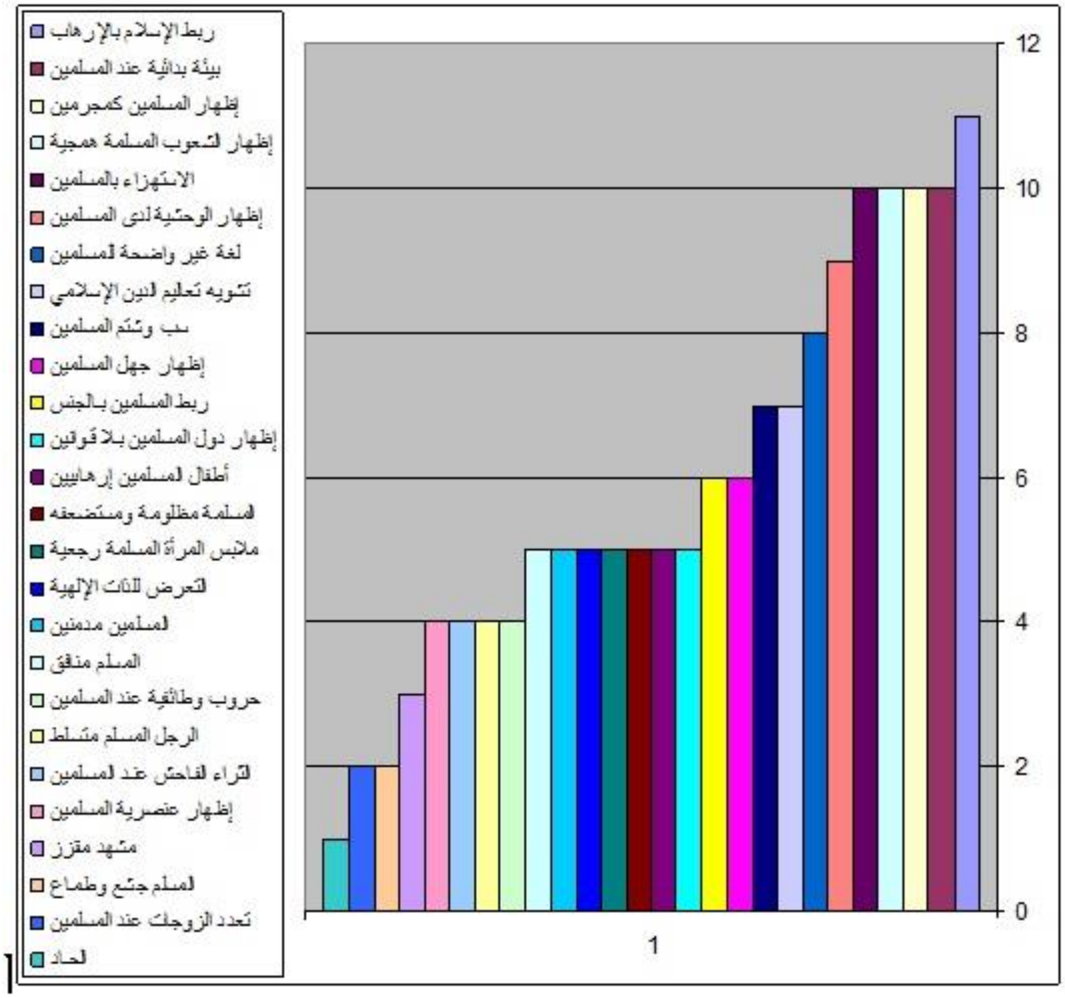
يوضح الجدول رقم (6) والشكل رقم (4) أن الأفلام الدينية قيد الدراسة ركزت على أفلام الدراما، لأن المواضيع الدينية أكثر ما يناسبها هو وجود قصة درامية، ويتم من خلال تسلسلها إيصال فكرة الفيلم، ومن ثم جاءت أفلام الإثارة في المرتبة الثانية بنسبة (15.8%)، وهي في حقيقة الأمر الأفلام التي تركز على الحرب بين الأديان ويتم استخدام إثارة والقوة والعنف في مثل هذه الحرب، وهذه النوعية من الأفلام تجذب الجمهور للمشاهدة بكثرة. ومن ثم جاءت أفلام الكوميدي الموجهة إلى شريحة معينة من فئات المجتمع الذين لا يفضلون الإثارة والدراما ومن ثم جاءت الأفلام الرومانسية والأفلام التاريخية والحربية والخيال العلمي، وبهذا تكون الأفلام الأمريكية قد الدراسة لبت رغبات جميع فئات المشاهدين، وراعت خصائصهم الفكرية والعمرية.

### 3- طبيعة المشاهد في الأفلام الدينية:

**الجدول رقم (7) طبيعة المشاهد في الأفلام الدينية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| ربط الإسلام بالإرهاب | 11 | 91.66 |
| بيئة بدائية عند المسلمين | 10 | 83.33 |
| إظهار المسلمين كمجرمين | 10 | 83.33 |
| إظهار الشعوب المسلمة همجية | 10 | 83.33 |
| الهزء بالمسلمين | 10 | 83.33 |

| | | |
|---|---|---|
| 75 | 9 | إظهار الوحشية لدى المسلمين |
| 66.66 | 8 | لغة غير واضحة للمسلمين |
| 58.33 | 7 | تشويه تعاليم الدين الإسلامي |
| 58.33 | 7 | سب وشتم المسلمين |
| 50 | 6 | إظهار جهل المسلمين |
| 50 | 6 | ربط المسلمين بالجنس |
| 41.66 | 5 | إظهار دول المسلمين بلا قوانين |
| 41.66 | 5 | أطفال المسلمين إرهابيون |
| 41.66 | 5 | المسلمة مظلومة ومستضعفه |
| 41.66 | 5 | ملابس المرأة المسلمة رجعية |
| 41.66 | 5 | التعرض للذات الإلهية |
| 41.66 | 5 | المسلمون مدمنين |
| 41.66 | 5 | المسلم منافق |
| 33.33 | 4 | حروب وطائفية عند المسلمين |
| 33.33 | 4 | الرجل المسلم متسلط |
| 33.33 | 4 | الثراء الفاحش عند المسلمين |
| 33.33 | 4 | إظهار عنصرية المسلمين |
| 25 | 3 | مشهد مقزز |
| 16.66 | 2 | المسلم جشع وطماع |
| 16.66 | 2 | تعدد الزوجات عند المسلمين |
| 8.33 | 1 | الحاد |




**الشكل (5) طبيعة المشاهد في الأفلام الدينية**

يوضح الجدول (7) والشكل (5) أن (91.6%) من الأفلام الدينية قيد الدراسة ربطت الإسلام بالإرهاب، وهذا واضح لأن 11 فيلما من أصل 12 فيلماً أظهرت المسلمين كإرهابيين وأنهم يقومون بالأعمال الإرهابية المتطرفة بدافع ديني، وقدمت هذه الأفلام صورة

مشوهة عن الجهاد وربطت بين أعمال القتل والتفجير في مختلف أنحاء العالم بالإسلام والمسلمين.

واحتوت (83.3%) من الأفلام على مشاهد تُظهر بيئة بدائية عند المسلمين وذلك لإكمال الصورة الوحشية عن المسلمين بأنهم همج وأنهم غير متحضرين، كما يربطون في هذه الأفلام بين البيئة البدائية التي يعيش فيها المسلمون وبين الأعمال البدائية الهمجية البعيدة عن التحضر والتي يتم إلصاقها بالشخصية المسلمة في هذه الأفلام.

وفي سياق متصل أظهرت (83.3%) من الأفلام المسلمين كمجرمين، ويلاحظ هذا التركيز في الأفلام قيد الدراسة على إظهار المسلم مجرماً وإرهابياً كي يتسنى لهم عكس انطباع خاطئ لدى الرأي العام العالمي عن الإسلام والمسلمين، باعتباره السبب وراء الأعمال الإرهابية التي تضرب العالم بين حين وآخر.

واتسعت الصورة في (83.3%) من الأفلام لتُظهر الشعوب المسلمة همجية بشكل عام، وبالتالي هي تعمم الهمجية وتريد إيصال رسالة مفادها أن الهمجية والتطرف والإرهاب ليست حالات فردية وإنما هي سلوك عام لدى الشعوب الإسلامية، بالتالي فهذه الأفلام تثير مخاوف العالم من المجتمع الإسلامي والشعوب الإسلامية في كل مكان.

واحتوت (83.3%) من الأفلام على مشاهد فيها هزء بالمسلمين، وهذا يعزز من حالة العداء مع الغرب، لأن عدم احترام مشاعر المسلمين يولد مشاعر سلبية تجاه الغرب، وبالتالي فإن صانعي هذه الأفلام كأنهم يصبون الزيت على النار في محاولة منهم لتأجيج أتون الصراع بين المسلمين والغرب، ولا يهمهم أن يمدوا يدا ولا أن يفتحوا قناة للحوار مع المجتمعات المسلمة لفهمها وجسر الهوة بين المجتمعات الغربية والمجتمعات الإسلامية.

وأظهرت (75%) من الأفلام مشاهد تُظهر المسلمين متوحشين، وهذا استمرار لنقل الصورة المغلوطة عن المسلمين، ويربطون بين المشاهد البشعة في التفجيرات وبين مسؤولية المسلمين عنها، لزيادة ترسيخ الصورة الذهنية عن وحشية المسلمين.

كما بينت (66.6%) من الأفلام قيد الدراسة لغة غير واضحة للمسلمين، وهذا إمعان في تشويه الصورة السلبية التي يحاولون إلصاقها بالمسلمين في هذه الأفلام.

كما تناولت (58.3%) من الأفلام قيد الدراسة قضايا من شأنها تشويه تعاليم الدين الإسلامي، وإظهارها على غير صورتها الحقيقة، وفي هذا افتراء على الإسلام والمسلمين.

وتطرقت (58.3%) من الأفلام إلى مشاهد ورد فيها سباب وشتائم للمسلمين، وفي هذا استخفاف وهزء بالمسلمين، وإذكاءُ لنار الكراهية بين المسلمين والغرب.

واحتوت (50 %) من الأفلام على مشاهد تُظهر جهل المسلمين، وكل هذا يرتبط بالصورة السلبية التي يسعى صانعو هذه الأفلام إلى غرسها في عقول المتلقين من جمهور المشاهدين عن المسلمين.

كما ربطت (50%) من هذه الأفلام المسلمين بالهوس الجنسي، وهذا استمرار لحملة التضليل الإعلامي ضد المسلمين، وهم يستخدمون قضية تعدد الزوجات لجعل الرجل المسلم رجلاً شهوانياً متعدد الأهواء، قليل الإخلاص، ويسعى وراء شهوته فقط.

واحتوت (41.6%) من الأفلام على مشاهد تعزز الصورة التي تشير إلى أن الدول الإسلامية بلا قوانين، وأنها تحكم بما ينزل من السماء وهي بهذا تعكس صورة خرافية عن المسلمين وأنهم لا يوجد عندهم دولة قانون أو مؤسسات وإنما هي دول تحكمها العقيدة المتطرفة، وفي هذا خطر كبير لأن الإسلام لا يتعارض مع دولة القانون ولا مع الحريات والديمقراطية.

واحتوت (41.6%) من الأفلام على مشاهد أظهرت فيها أطفال العرب كمجرمين، وهم بهذا يريدون أن يقولوا أن المسلمين يربون حتى أطفالهم الأبرياء على ممارسة الإرهاب منذ نعومة أظفارهم، وبالتالي فإن المسلمين يقتلون روح الطفولة في أطفالهم ويزرعون روح الإجرام والشر فيهم.

وفي سياق متصل تظهر المرأة المسلمة في (41.6%) من الأفلام بأنها مظلومة ومستضعفة ومعدومة الحقوق، طبعا فإن الرجل المسلم هو وراء الاضطهاد، وتزخر هذه الأفلام بدعوة المرأة إلى التحرر والعصيان وانتزاع حقوقها –حسب زعمهم– من سلطة الرجل المسلم القمعي الوحشي الذي لا يراعي إنسانيتها ولا كيانها.

وعطفاً على ما النقطة السابقة فقد أظهرت (41.6%)، من هذه الأفلام أن ملابس المرأة رجعية وفي الغالب ما يشيرون إلى أن الدين الإسلامي والرجل المسلم يفرض عليها ارتداءها، ويضعوا نماذج غير حقيقة لمعاملة الرجل للمرأة إمعانا في تشويه الصورة الحقيقية لحقيقة الأمر في العالم الإسلامي.

كما احتوت (41.6%) من الأفلام مشاهد تم التعرض فيها للذات الإلهية، الأمر الذي يحمل هزءاً بمشاعر المسلمين ويؤجج الكراهية بين الأديان، وهذا استخفاف واضح بمعتقدات المسلمين.

كما تناولت (41.6%) من الأفلام قضايا تُظهر المسلمين كمدمنين، وتخرجهم في صورة رثة غير حقيقية، فالمدمن هو شخصية منبوذة وسلبية في المجتمع، مما يعزز من الصورة السيئة التي تطرحها هذه الأفلام عن المسلمين.

وتتوالى الافتراءات على الإسلام والمسلمين فتظهر (41.6%) شخصية المسلمين بأنهم منافقون وكاذبون، للتشكيك في الدين الإسلامي الذي يقوم على الصدق والتقوى ونبذ النفاق والكذب، ولكن هذه الأفلام قلبت الحقيقة رأساً على عقب وعممت بعض النماذج الفردية على المجتمع الإسلامية بأسره.

كما احتوت (33.3%) من الأفلام مشاهد تظهر النزاعات والشقاقات والحروب الطائفية بين المسلمين أنفسهم، وتظهر هذه الأفلام المسلمون بأنهم طالبو سلطة، وأنهم دائمو الاحتراب الداخلي بحثا عن كرسي الحكم والسلطة، كما تظهر هذه الأفلام المسلمين بصورة عنصرية وتظهر الخلاف بين السنة والشيعة وأن كل طائفة تسعى لإلغاء الطائفة الأخرى، وفي المقابل تظهر التعددية الدينية في الديانات الأخرى والسلم الأهلي في المجتمعات الغربية.

وأظهرت (33.3%) من الأفلام أن الرجل المسلم رجل متسلط، ويقمع أسرته وهو صاحب السلطة الأولى والأخيرة، وهو صورة مصغرة عن المجتمع الذكوري الذي يقمع المرأة وينتهك حقوقها، بالتالي يستمر التشويه والتضليل لصورة الإنسان المسلم في هذه الأفلام.

وبينت (33.3%) من الأفلام الثراء الفاحش الذي يتميز به المسلمون، وكيف أنهم لا يحسنون استثمار هذه الأموال في إنفاقها على شهواتهم الرخيصة، مكملين التشويه المتعمد

الذي يسعى في نهاية الأمر لإظهار المسلمين المبذرين غير الحكماء ، كما أنها في نفس الوقت تثير الحقد على المسلمين من باقي الشعوب الفقيرة.

واحتوت (33.3%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد من شأنها إظهار عنصرية المسلمين سواء تجاه الأديان الأخرى أو تجاه الطوائف الدينية الإسلامية، وامتدت الصورة لتظهر عنصرية الرجل ضد المرأة وعنصرية عشيرة ضد عشيرة أخرى.

واحتوت(25%) من الأفلام على مشاهد مقززة احتوت على مشاهد تظهر الوحشية في التعامل من قبل المسلمين، كما احتوت (16.6%) من الأفلام على مشاهد تظهر المسلمين جشعين وطماعين، وذلك إمعانا في تشويه صورة المسلم والإسلام، وقلب حقيقة الإسلام الذي يدعو إلى نبذ الجشع و الطمع، ويدعو إلى القناعة وعدم الاستغلال.

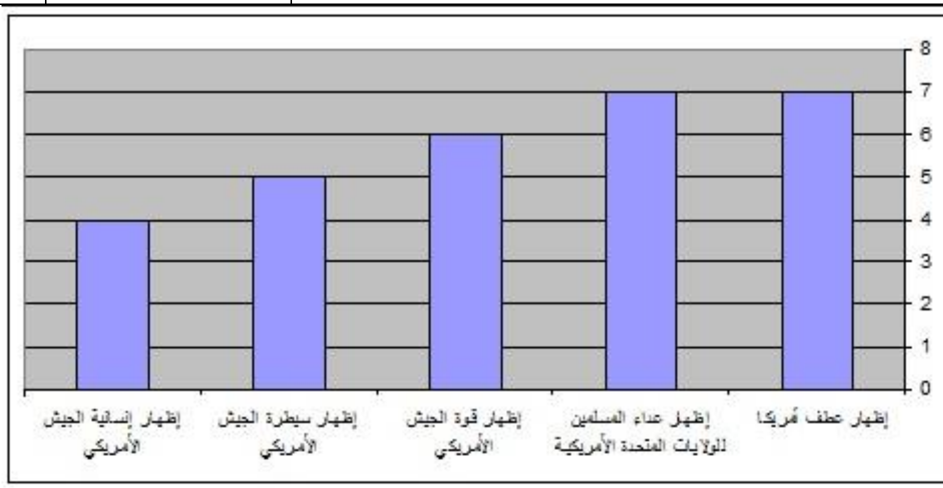
وكما جرت العادة فلا تخلو الأفلام التي تتطرق إلى الإسلام والمسلمين إلى الحديث عن قضية تعدد الزوجات لدى المسلمين، بالتالي فقد احتوت (16.6%) من الأفلام على مشاهد أظهرت فيها تعدد الزوجات لتؤكد على شهوانية الرجل وأن المرأة في المجتمع الإسلامي لا قيمة إلا كزوجة ربما تكون ثانية أو ثالثة أو حتى رابعة!!!.

وأخيرا احتوت (8.3%) من الأفلام على مشاهد تتطرق إلى الإلحاد، وفي هذا الاستعراض ايذاء لمشاعر المسلمين وعدم احترام لما يعتقدون فيه، الأمر الذي يزيد من الاحتقان ويعطي الفرصة للمتطرفين من الجانبين بارتكاب الحماقات.

**الإشارات السياسية في الأفلام الدينية:**

**الجدول (8) الإشارات السياسية في الأفلام الدينية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| إظهار عطف أمريكا | 7 | 58.33 |
| إظهار عداء المسلمين للولايات المتحدة الأمريكية | 7 | 58.33 |
| إظهار قوة الجيش الأمريكي | 6 | 50 |
| إظهار سيطرة الجيش الأمريكي | 5 | 41.66 |
| إظهار إنسانية الجيش الأمريكي | 4 | 33.33 |




**الشكل (6) الإشارات السياسية في الأفلام الدينية**

يتضح من الجدول رقم (8) والشكل رقم (6) أن (58.3%) من الأفلام الأمريكية قيد الدراسة أظهرت الجانب الإنساني في أمريكا، حيث أظهرت عطف أمريكا تجاه البشرية والعالم، وذلك لتحسين صورة أمريكا أمام العالم، وإظهار أمريكا بصورة رحيمة على عكس ما هي عليه في الواقع، فالمطلع على حقيقة الأمر يعرف كم قتلت أمريكا باسم الحرب على الإرهاب من المسلمين وغير المسلمين الأبرياء.

واحتوت (58.3%) من الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على مشاهد أظهرت عداء المسلمين للولايات المتحدة، وهذا كي تبرر للحكومات الأمريكية المتعاقبة حربها ضد الإسلام والمسلمين، وتُظهر أمريكا في صورة المدافع عن نفسها ضد الأعداء.

كما بينت (50%) من الأفلام قيد الدراسة مدى قوة الجيش الأمريكي، وهذا يأتي في سياق الحرب النفسية التي تساعد السينما ووسائل الإعلام الأخرى في بثها وغرسها في عقول المشاهدين في جميع أنحاء العالم.

وفي سياق متصل احتوت (41.6%) من الأفلام على مشاهد أظهرت سيطرة الجيش الأمريكي، وغلبته في أي صدام يحصل مع أي طرف آخر مهما كان سواء كان أرضيا أو حتى فضائيا، وتظهر الجنود الأمريكان أبطالاً ومخلصين ومنقذين للبشرية من سطوة الأشرار والمجرمين.

وفي نفس الوقت بينت (33.3%) من الأفلام إنسانية الجيش الأمريكي وأنه ليس جيش قاتل وإنما هو جيش إنساني يدافع عن البشرية في كل مكان، وفي هذا تحسين لصورة الجيش الأمريكي التي تلوثت بفعل العدوان الأمريكي الذي لا يتوقف بحجة محاربة الإرهاب وخاصة بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر.

**ثالثاً الأفلام المصنفة أفلاماً اجتماعية:**

**1- معلومات الفيلم الأساسية**

**الجدول رقم (9) معلومات الفيلم الأساسية**

| مدة الفيلم بالدقائق | انتاج | اخراج | بطولة | تاريخ الانتاج | الفيلم |
|---|---|---|---|---|---|
| 93 | Dream works<br>Red hour films<br>Smart entertainment | Josh Gordon<br>Will speck | Will Ferrell<br>Jon heder | 2007 | Blades of glory |
| 118 | Warner brothers | Glenn ficarra<br>John requa | Steve carell<br>Julianne moore | 2011 | Crazy , stupid , love |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Meet the fockers | 2004 | Ben stiller<br>Robert De niro<br>Blythe Danner<br>Dustin Hoffman<br>Barbra Streisand<br>Teri Polo | Jay Roach | Universal Pictures<br>Dreamworks<br>Tribeca Productions | 90 |
| Something`s gotta give | 2003 | Jack Nicholson<br>Diane Keaton<br>Keanu Reeves | Nancy Meyers | Columbia pictures corporation<br>Warner bros.<br>Waverly films | 128 |
| Sweet November | 2001 | Keanu reeves<br>Charlize theron | Pat o`conner | Warner brothers<br>Bel air entertainment<br>3 air entertainment | 119 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Ted | 2012 | Mark wahlberg<br>mila kunis<br>seth macfarlane | Seth Macfarlane | Universal pictures<br>Media rights capital<br>Fuzzy door production<br>Bluegrass films<br>Smart entertainment | 106 |
| The switch | 2010 | Jennifer Aniston<br>Jason Batman | Josh Gordon<br>Will speck | Mira max films<br>Mandate pictures<br>Bona fide productions<br>Echo films | 101 |
| The ugly truth | 2009 | Katherine Heigl<br>Gerard Butler | Robert Luketic | Lakeshore Entertainment<br>Relativity Media | 96 |
| The women | 2008 | Meg ryan<br>Eva mendes<br>Annette Bening | Diane English | Picture house entertainment<br>Scion films<br>Inferno distribution | 114 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Van wilder | 2002 | Rayan Reynolds<br>Tara Reid<br>Tim Matheson | Walt Becker | Myriad Pictures<br>In motion AGmovie&Tv production<br>World Media Fongs | 92 |
| Wedding crashers | 2005 | Owen Wilson<br>Vince Vaughn<br>Rachel McAdams | David Dobkin | New line cinema<br>Tapestry Films<br>Avery Pix | 119 |
| Wedding daze | 2006 | Jason Biggs<br>Isla Fisher<br>Michael Weston | Michael Ian Black | Greene Street Films<br>The pleasure Company Inc.<br>Fugitive Films | 90 |

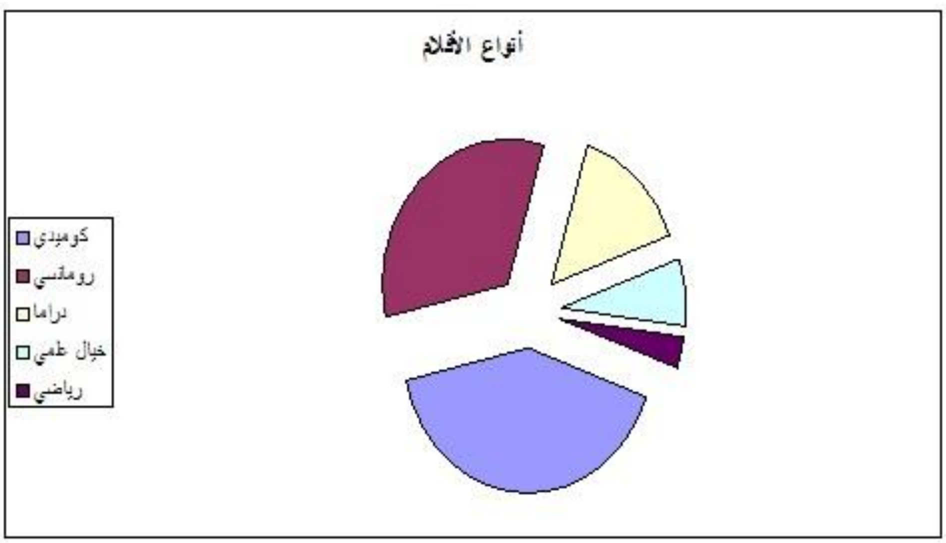
يوضح الجدول السابق أهم القضايا المرتبطة بالأفلام من حيث تاريخ إنتاجها الذي تراوح في الفترة الزمنية ما بين (2001–2012)، وأهم الممثلين في هذه الأفلام، إضافة إلى مخرجي هذه الأفلام والشركات المنتجة لها. وهذا الأمر سوف يفيد الباحثة في تفسير المشاهد والقضايا التي سعت هذه الأفلام إلى نقلها إلى عقول الجماهير في جميع أنحاء العالم باستخدام فن الذي السينما أصبح له تأثير كبير على جمهور المتلقين.

## 2- نوع الفيلم:

**جدول رقم (10): يبين أنواع الأفلام الدينية**

| النسبة المئوية | التكرارات | نوع الفيلم |
|---|---|---|
| 40.74 | 11 | كوميدي |
| 33.33 | 9 | رومانسي |
| 14.81 | 4 | دراما |
| 7.40 | 2 | خيال علمي |
| 3.70 | 1 | رياضي |
| 100.0 | 27 | المجموع * |

* ملاحظة يمكن أن يكون للفيلم أكثر من نوع فمثلا فيلم Blade of glory هو فيلم خيال وكوميدي ورياضي.




**الشكل رقم (7) أنواع الأفلام الاجتماعية**

ويوضح الجدول رقم (10) والشكل رقم (7) أن الأفلام الاجتماعية قيد الدراسة ركزت على الأفلام الكوميدية، حيث أن المواضيع الاجتماعية يسهل طرحها في إطار كوميدي يجذب المشاهدين، ومن ثم أتت الأفلام الرومانسية في المقام الثاني، وهي أيضا تفسح المجال لمناقشة القضايا الاجتماعية في إطار رومانسي يقوم على علاقة بين فردين أو داخل أسرة أو في مجتمع مصغر يعكس صورة المجتمع الكبير.

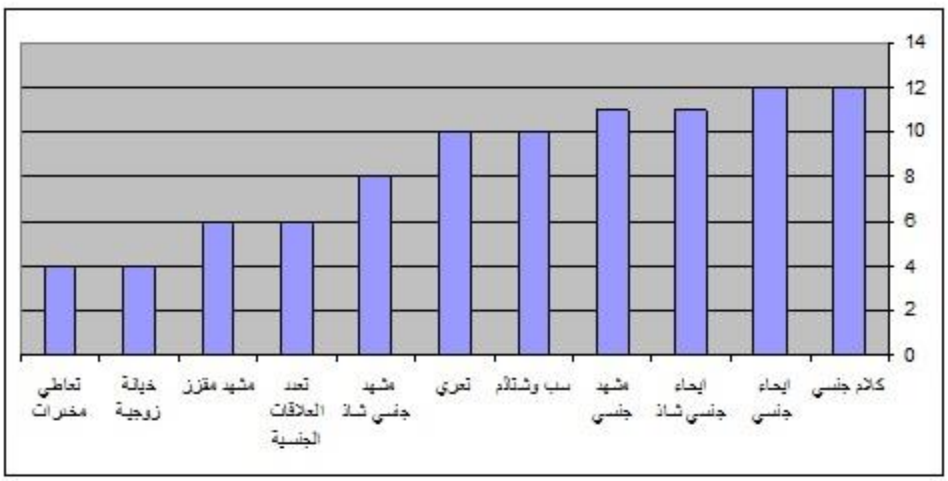
كما احتلت أفلام الدراما الاجتماعية المرتبة الثالثة في قائمة الأفلام قيد الدراسة، ومن ثم تلتها أفلام الخيال العلمي والرياضة.

**3- طبيعة المشاهد في الأفلام الاجتماعية:**

**الجدول رقم (11) طبيعة المشاهد في الأفلام الاجتماعية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| كلام جنسي | 12 | 100 |
| إيحاء جنسي | 12 | 100 |
| إيحاء جنسي شاذ | 11 | 91.66 |
| مشهد جنسي | 11 | 91.66 |
| سب وشتائم | 10 | 83.33 |

| | | |
|---|---|---|
| تعري | 10 | 83.33 |
| مشهد جنسي شاذ | 8 | 66.66 |
| تعدد العلاقات الجنسية | 6 | 50 |
| مشهد مقزز | 6 | 50 |
| خيانة زوجية | 4 | 33.33 |
| تعاطي مخدرات | 4 | 33.33 |




**الشكل (8) طبيعة المشاهد في الأفلام الاجتماعية**

يوضح الجدول (11) والشكل (8) أن (100%) من الأفلام الاجتماعية قيد الدراسة احتوت على كلام جنسي وعلى إيحاءات جنسية، وأن (91.6%) من هذه الأفلام احتوت على مشاهد جنسية وإيحاءات جنسية شاذة، كما أن (83.3%) احتوت على مشاهد تعري،

وأن (66.6%) من الأفلام احتوت على مشاهد جنسية شاذة، وهذا مرده إلى الحرية المطلقة التي مُنحت لصانعي السينما باستخدام كل ما هو متاح، وذلك لتحقيق هدفين أساسيين، الهدف الأول تحقيق العوائد والمداخيل الاقتصادية من وراء هذه الأفلام، وإلى جانب هذا فإن هذه الأفلام بمشاهدها وإيحاءاتها الجنسية تدمر القيم والعادات والثقافات التي ترفض مثل هذا النوع من الإباحية، فمثلاً المجتمعات الشرقية والإسلامية لا تسمح بمثل هذه المشاهد لأن تمر عبر وسائلها الإعلامية لأنها تتعارض مع قيم وعادات المجتمع، كما أنها تتناقض مع تعاليم الدين الإسلامي، من هنا تعمل هذه الأفلام بمشاهدها الجنسية على غزو العقول لأفراد المجتمع وتدخل قيماً فاسدة ضد فطرتهم البشرية، وهذا الأمر يؤدي إلى تدمير المجتمعات اجتماعيا ونفسيا.

ربما كان الأمر عاديا في المجتمعات الغربية لمشاهدة مثل هذا النوع من المشاهد، وربما توجد قوانين تنظمه ضمن فئات عمرية مختلفة، ولكن للأسف في البلاد العربية لا توجد رقابة كافية في ظل انتشار الأقمار الغربية والقنوات المفتوحة والقنوات التي تبث على الانترنت مثل هذه المشاهد التي لا تليق بمجتمعاتنا ولا بقيمنا وعادتنا ولا بشعائر ديننا.

كما لوحظ من التحليل أن (83.3%) من الأفلام احتوت على مشاهد تتعلق بالسب والشتائم، وكلنا يعلم أن الفرد يكتسب مفرداته ولغته من كل ما يتعامل معه، وتعتبر وسائل الإعلام أحد الأدوات التي تغرس وتعلم اللغة للفرد، بالتالي فإن تكرار السب والشتائم في

الأفلام الأجنبية يؤدي إلى إعادة استخدامها من جمهور المشاهدين وتكثر الإساءات اللفظية التي تؤدي إلى مشكلات اجتماعية لا حصر لها بعد ذلك.

كما احتوت (50%) على مشاهد لتعدد العلاقات الجنسية، الأمر الذي يشجع على إشاعة مثل هذا النوع من الممارسات ويؤدي إلى إكساب جمهور المشاهدين إلى ممارسات بعيدة عن قيمهم وبعيدة عن فطرتهم ومخالفة لأوامر دينهم بضرورة أن تكون العلاقات الجنسية في إطار شرعي مقدس، ويحفظ حقوق طرفي العلاقة.

وقد احتوت (50%) من الأفلام على مشاهد مقززة من نوعية الاغتصاب والقتل البشع، كما احتوت (33.3%) على مشاهد أظهرت الخيانة الزوجية، وشجعت عليها، بل وأعطت المبرر لها في بعض الأحيان بشكل قد يشجع عليها من قبل جمهور المشاهدين، وإن هذه الأفلام لم تعالج الخيانة الزوجية بقدر ما أظهرت أن الزوجة الخائنة أو الزوج الخائن هو ضحية ودفعت المشاهدين إلى التعاطف معه في سياق الحبكة الدرامية للفيلم، والأجدى أن يتم شرح الأسباب ومعالجتها والاعتراف بأنها خطأ ولابد من معالجته لا أن يتم تبريره والتشجيع عليه، وجعل الخائن أو الخائنة هم أبطالً وأمثلة ونماذج يحتذى بها من قبل المعجبون.

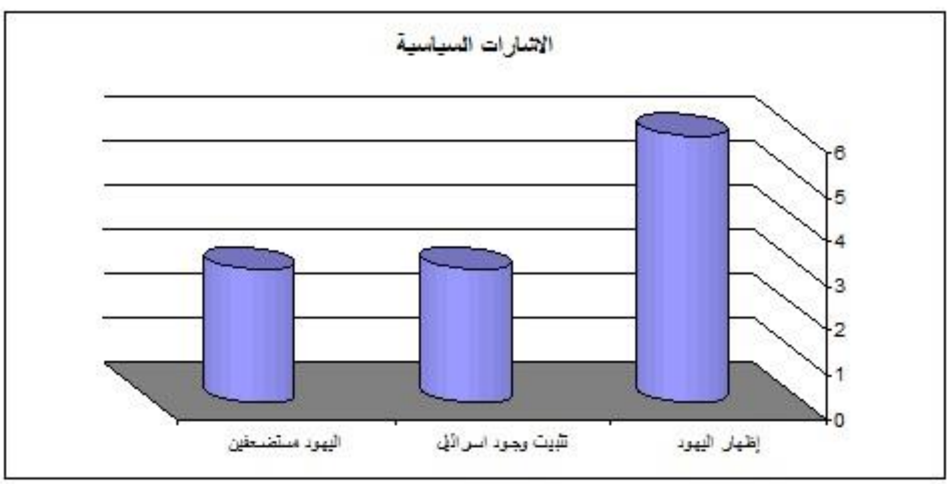
كما احتوت (33.3%) من الأفلام على مشاهد تحتوي على مشاهد لتعاطي المخدرات، وهذه المشاهد أظهرت فيما أظهرته المتعة والنشوة التي يحصل عليها متعاطي

المخدرات، كما ربطتها بالبطل الذي يعتبر قدوة لغيره من المشاهدين والمعجبين خاصة من ذوي الفئات العمرية الصغيرة وخاصة المراهقين الذين يسعون لتجربة كل شيء والتمرد على كل شيء، ومن الطبيعي في مثل هذه الحالات أن تقوم فئة من المشاهدين بتقليد أبطالهم في كل شيء حتى في تعاطي المخدرات بما فيها من سلبيات ومصائب.

**الإشارات السياسية في الأفلام الاجتماعية:**

**الجدول رقم (12) الإشارات السياسية في الأفلام الاجتماعية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
| --- | --- | --- |
| إظهار اليهود في الفيلم | 6 | 50 |
| تثبيت وجود اسرائيل | 3 | 25 |
| اليهود مستضعفين | 3 | 25 |




**الشكل (9) الإشارات السياسية في الأفلام الاجتماعية**

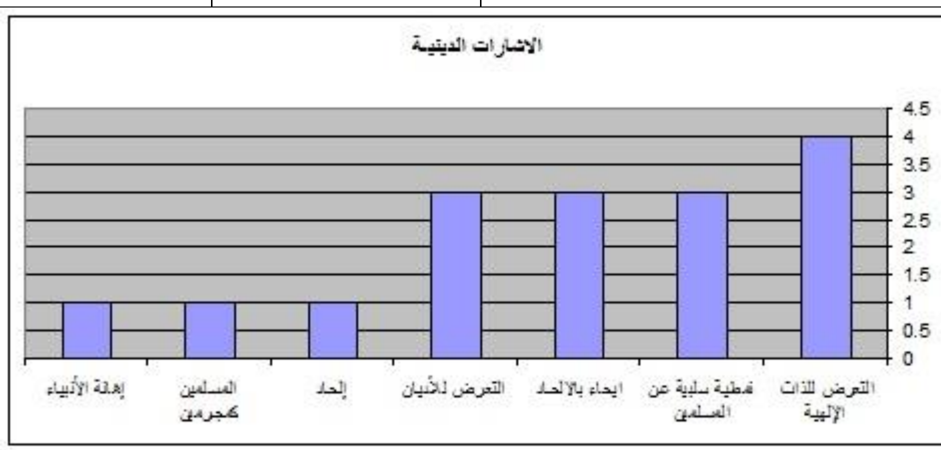
يتضح من الجدول (12) والشكل (9) بعض الإشارات السياسية في الأفلام الاجتماعية وكان على رأسها إظهار اليهود في الفيلم والإشارة إليهم، فقد احتوت (50%) من الأفلام على مشاهد تظهر اليهود.

كما احتوت (25%) من الأفلام قيد الدراسة على مشاهد تثبت وجود إسرائيل وتطبع في أذهان المشاهدين أن إسرائيل أصبحت أمراً واقعاً وأنها مثال للديمقراطية والدولة الحديثة في الشرق الأوسط تلك البقعة المتطرفة وغير المتحضرة من العالم الحديث، تلك البقعة التي تهدد بقاء إسرائيل وتسعى إلى تدميرها وزوالها.

## الإشارات الدينية في الأفلام  الاجتماعية

**الجدول رقم (13) الإشارات الدينية في الأفلام  الاجتماعية**

| طبيعة المشهد | التكرارات | النسبة المئوية% |
|---|---|---|
| التعرض للذات  الإلهية | 4 | 33.33 |
| نمطية سلبية عن المسلمين | 3 | 25 |
| إيحاء بالإلحاد | 3 | 25 |
| التعرض للأديان | 3 | 25 |
| إلحاد | 1 | 8.33 |
| المسلمين كمجرمين | 1 | 8.33 |
| إهانة الأنبياء | 1 | 8.33 |




**الشكل (10) الإشارات الدينية في الأفلام الاجتماعية**

يتضح من الجدول (13) والشكل (10) بعض الإشارات الدينية في الأفلام الاجتماعية، ومنها على سبيل المثال التعرض للذات الإلهية، حيث تبين من التحليل أن (33.3%) من الأفلام الاجتماعية احتوت على مشاهد تعرضت للذات الإلهية بالسوء، وفي هذا استفزاز لمشاعر المسلمين، وهذا ينم عن عدم احترام المسلمين ويدل على أن مستوى الحرية التي وصلت إليها صناعة السينما بلغت إلى حد الوقاحة في اعتدائها على حريات ومعتقدات الآخرين الدينية.

كما احتوت (25%) من هذه الأفلام على مشاهد تدل على نمطية سلبية عن المسلمين، وهذا يأتي في إطار تعزيز الصورة السلبية التي تسعى هذه الأفلام إلى غرسها في عقول المشاهدين حول العالم عن الإسلام والمسلمين.

كما احتوت (25%) من هذه الأفلام على إيحاء بالإلحاد، واحتوت (8.3%) من هذه الأفلام على مشاهد مباشرة للإلحاد، وفي هذا تعزيز لبعض القيم والثقافات التي تنكر وجود الله وتقلل من شأن الأديان، وهذا كله يأتي في إطار الحرب على الإسلام ومحاولة هدمه ومحاولة التشكيك فيه وفي ثوابته.

وفي ذات السياق فقد تعرضت (25%) من الأفلام للأديان بشكل مسيء ولا يراعي مشاعر أصحاب هذه الديانات، مما يغذي الكراهية والتعصب والحقد بين أصحاب هذه الديانات، مما يزيد من معدلات الانتقام و العنف حول العالم.

كما أظهرت (8.3%) من الأفلام المسلمين كمجرمين، وهذا استمرار لحملة التشويه والتضليل الإعلامي التي تحاول إلصاق كل التهم والجرائم التي تحدث في الكون بالمسلمين.

وأخيراً احتوت (8.3%) من الأفلام على مشاهد فيها إهانة للأنبياء، وهذا أمر خطير فالإساءة للأنبياء أمر يخترق كل الحدود وينافي كل الحريات، فهم بداعي الحرية يدعون أنهم لا يستطيعون منع صانعي الأفلام من التعرض للأديان وللأنبياء وفي حقيقة الأمر أن ما يحدث هو استخفاف بمشاعر المسلمين واعتداء على حرياتهم الدينية، ويزرع بذور الفتنة في المجتمع الواحد بين معتنقي الأديان المختلفين، ويؤدي إلى ردود فعل قد تكون سلمية وقد تكون عنيفة انتقاما لإهانة الأنبياء وردا لكرامة الرسل التي قد تنتهك في مثل هذه النوعية من الأفلام.

# الفصل الخامس

# مناقشة النتائج والتوصيات

## مناقشة نتائج أسئلة الدراسة

## التوصيات

# الفصل الخامس

## مناقشة النتائج والتوصيات

### مناقشة نتائج أسئلة الدراسة

### أولاً / القضايا السياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية

أن الأفلام السياسية التي قامت الباحثة بتحليل مضمونها تنوعت ما بين أفلام الإثارة والأفلام الدرامية والأفلام السياسية الكوميدية، والأفلام السياسية الحربية والتاريخية وأفلام الخيال العلمي، وإن هذا التنوع مطلوب للوصول إلى جميع شرائح وفئات المجتمعات حول العالم.

بتحليل هذه الأفلام اتضح أن هناك العديد من القضايا السياسية المضللة في الأفلام قيد البحث، فمثلا اهتمت الأفلام السياسية بالدرجة الأولى بإظهار أن الولايات المتحدة الأمريكية هي المنقذة لهذا العالم من المجرمين والأشرار بنسبة 50% ، فهذه الثيمة صبغت العديد من الأفلام الأمريكية، في حين أن الواقع يقول أن أمريكا تقتل وتنهب خيرات الأمم باسم الحرب على الإرهاب، وباسم نشر الديمقراطية، وباسم الحرية.

إن جميع الأفلام السياسية كرست لقضية مضللة دأبت الحكومات الأمريكية على الدوام لتمريرها على الشعب الأمريكي وهي أن كل العالم هم أعداء أمريكا بنسبة 8.33 %، وأن هؤلاء الأعداء لابد وأن يتسموا بصفات سلبية، بينما الجندي الأمريكي يحمل جميع سمات الفضيلة على المستوى الإنساني، والمتطورة على المستوى التقني والعتاد، لذا فإن الهزيمة يجب أن تلحق بهؤلاء الأعداء الأشرار، وأن يكون النصر ثمناً للأمريكيين، دافعي الضرائب التي تمول هذه الأفلام.

ومن القضايا التي تعرضت للتضليل في الأفلام السياسية الصورة النمطية للعرب، الذين ظهروا كإرهابيين بنسبة 41.66 % ، فالإشارة إلى العرب في هذه الأفلام يضعهم في أدنى السلم البشري، فالعرب في السينما الأمريكية يعيشون في الصحراء، ويتسمون بعدوانية ملحوظة. وتظهرهم بأنهم نوع من العالم المنبوذ، فالعرب في الأفلام الأمريكية شعب فاسد ومتخلف ومقيت في عاداته القديمة والغريبة.

كما تهزأ الأفلام بقوة العرب بنسبة 41.66 % ، حيث تعزز الأفلام الأميركية الصورة النمطية السلبية للعرب، حيث أن الأفلام الأمريكية تروج لثلاث أساطير أساسية منتشرة على الدوام حول العرب وهي (1) أنهم أثرياء بشكل خرافي، (2) أنهم همجيون ومتخلفون، (3) أنهم مهووسون جنسيا ومولعون بشكل خاص بالنساء الغربيات.

ومن المفاهيم المضللة في السينما الأمريكية المشاهد التي تُظهر المقاومة الفلسطينية على أنها أعمال إرهابية بنسبة 33.33% ، وهذا بفعل القوة الكبيرة التي يتمتع بها اللوبي اليهودي في الولايات المتحدة. وهناك نفوذ يهودي على عدد كبير من أعضاء مجلسي النواب والشيوخ. وكثيرون من الأشخاص المؤيدين لإسرائيل هم كذلك لأنهم يدركون أن الأموال اليهودية ستتوقف في الحملة الانتخابية المقبلة إذا لم يتخذوا موقفا مؤيدا لإسرائيل.

كما ركزت نسبة كبيرة من الأفلام الأمريكية على إثبات وجود إسرائيل بنسبة 33.33% ، فمعظم كتّاب السينما في أمريكا ومخرجيها ومنتجيها من اليهود أو من أتباعهم، بالتالي لا يمكن تغييب العنصر اليهودي في الموضوع، بالتالي فإن معظم هذه الأفلام لم تكن للفرجة، بل احتوت على تشويه للتاريخ والحقائق المتعلقة بوجود إسرائيل.

كما سعت الأفلام الأمريكية إلى إظهار العربي بأنه خائن تجاه قضاياه بنسبة 33.33% ، وهذا استمرار في تقديم العربي بصورة مهزوزة ومشوهة للغرب، مما يقلل من احترام العالم للعرب بشكل عام. فمنذ السينما الصامتة من القرن العشرين تشكلت صورة العربي في هذه الأفلام، صورة نمطية مشوهة، إذ يبرز العربي على أنه سارق، يتاجر بالرق، عدواني، دموي، قاس وجلف، وكما أنه شرير، إن كان بدور بطولي أو بدور ثانوي.

ومن القضايا الخطيرة التي عززتها الأفلام الأمريكية ربط اليهود بإسرائيل بنسبة 33.33% في ظل التوجه الصهيوني لجعل العالم يعترف بما يسمونه (يهودية الدولة) أي أن تصبح إسرائيل هي دولة لليهود فقط، وهذا توجه خطير ازداد وضوحا في ظل الممارسات الإسرائيلية على الأرض وبناء جدار الفصل العنصري الذي يفصل المناطق اليهودية عن المناطق العربية في إسرائيل بالكامل. ويأتي هذا الدعم في ظل القوة الهائلة لليهود ونفوذهم في الولايات المتحدة واللوبي اليهودي الذي يعتبر العامل الأساسي في تأييد ودعم الولايات المتحدة لإسرائيل.

كما احتوت الأفلام الأمريكية على مشاهد مضللة يتم فيها سرقة التراث العربي الفلسطيني إلى تراث إسرائيلي بنسبة 16.66% ، وهذا امتداد للمحاولات الإسرائيلية لتزوير التاريخ وتثبيت وجودهم في الأرض المقدسة في فلسطين.

**ثانياً / القضايا الدينية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية**

إن الأفلام الدينية كانت مليئة بالإشارات المضللة، فلم تفتأ السينما الأمريكية تقدم الفيلم تلو الآخر وتقديم صورة مشوهة للمسلمين من الأفلام قيد الدراسة ، وركزت على إظهار البيئة البدائية عند المسلمين بنسبة 75% من الأفلام الأمريكية لتعزيز فكرة التخلف والبعد عن المدنية عند المسلمين، وهذا يمهد فيما بعد لإلصاق التهم بهم لمجرد كونهم مسلمين.

كما أظهرت نتائج التحليل ، المسلم في صورة مضللة وهي صورة الشخص المنغمس في اللهو والملذات، أو الشخص المتجرد من الحضارة وآداب السلوك في الطريق العام وفى معاملة الآخرين وفى اتباع آداب الطعام والنظافة، أو صورة المتطرف ثم الإرهابي المجرم مختطف الطائرات ومفجر المباني وقاتل الأبرياء، كما أنه ظهر في أفلام هيوليود المهووس جنسياً، مالك الجواري الذي يعيش في حالة عداء متواصل للعلم والتقدم والحداثة والديمقراطية وحقوق الإنسان.

كما لوحظ من هذه الأفلام أنها ربطت الإسلام بالإرهاب بنسبة 58.33% ، في ظل التوجه العالمي بشكل عام والأمريكي بشكل خاص بعد أحداث 11 سبتمبر، لتخويف العالم من الإسلام واتهام الإسلام أنه وراء الاعتداءات التي تحدث في العالم باسم الإرهاب، وهذا يقع في صميم التضليل الإعلامي الممارس ضد الإسلام.

وإن صناعة الفيلم في هوليوود هي المسؤولة عن ترسيخ صورة المسلم الإرهابي في أذهان الملايين من الأمريكان فضلا على ملايين أخرى في العالم الغربي وخارجه.

فقد وضع المسلم الذي صنعته هوليود في قالب ثابت للشر والعنف والقتل والتخلف والجهل والشراهة المفرطة في إشباع رغباته الجنسية عبر زواجه من أربع نساء، وأظهروه في صورة الرجل المتطرف المتشدد الذي يسوق خلفه زمرة من الحريم المتشحات بالسواد، أما

أكثر الصور شيوعاً للمسلم فهي صورة الإرهابي المجرم مختطف الطائرات و الحافلات ومفجر المباني وقاتل الأبرياء.

كما وتحرص هوليوود على أن تحتوي بعض المشاهد التي تصور المسلم مصحوبة بصيحة الله أكبر أو صورة مئذنة أو صوت آذان، أو صورة الكعبة المشرفة.

وركزت 25% من هذه الأفلام على المرأة المسلمة وكيف أنها مستضعفة ومنتهكة الحقوق وأنها موجودة في حياة الرجل للمتعة فقط وأنها لا تمثل نصف الكون كما هو الحال في العالم المتحضر، وهذا إمعان في تشويه صورة الإسلام وإظهاره بأنه الدين العنصري الذي يميز بين البشر على أساس أجناسهم.

تتوعت الأفلام الدينية بين أفلام الدراما، وأفلام الإثارة وأفلام الكوميدي والأفلام الرومانسية والأفلام التاريخية والحربية والخيال العلمي، وبهذا تكون الأفلام الأمريكية قيد الدراسة لبت جميع فئات المشاهدين، وراعت خصائصهم الفكرية والعمرية.

كما ركزت الأفلام على الحروب الطائفية بين المسلمين أنفسهم بنسبة 16.66% ، وتظهر هذه الأفلام المسلمين بأنهم طالبوا سلطة، وأنهم دائمو الإحتراب الداخلي بحثا عن كرسي الحكم والسلطة، كما تظهر هذه الأفلام المسلمين بصورة عنصرية وتظهر الخلاف بين السنة والشيعة وأن كل طائفة تسعى لإلغاء الطائفة الأخرى، وفي المقابل تظهر التعددية

الدينية في الديانات الأخرى والسلم الأهلي في المجتمعات الغربية، لتؤكد على حالة الحرب الدائمة التي يعيشها الإنسان المسلم بسبب دينه.

كما ركزت الأفلام الأمريكية قيد الدراسة على مشاهد أظهرت أن المسلمين يكرهون ويعادون الولايات المتحدة الأمريكية، لذاك يهاجمونها بالتالي تقوم الحكومة الأمريكية بالحرب الإستباقية والوقائية ضدهم وفي هذا تبرير للرأي العام الأمريكي للحروب التي تخوضها أمريكا خارج حدودها في قارات العالم المختلفة ضد الإسلام والمسلمين.

ومن القضايا الهامة التي تناولتها الأفلام الدينية قضية الإساءة للدين وللأنبياء وللقرآن الكريم، ويتشدق القائمون على صناعة السينما بأن حرية التعبير والإبداع مكفولة للجميع لإنتاج ما يحلو لهم من أفلام حتى لو أثارت مشاعر وغضب ملايين المسلمين، الأمر الذي يعد استخفافاً بمشاعر المسلمين ويذكي من نار الفتنة ويزيد من الإحتقان الديني.

**ثالثاً / القضايا الاجتماعية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الأفلام الأمريكية:**

تنوعت الأفلام الاجتماعية قيد الدراسة ما بين الأفلام الكوميدية، والأفلام الرومانسية وأفلام الدراما الاجتماعية المرتبة الثالثة في قائمة الأفلام قيد الدراسة، ومن ثم تلتها أفلام الخيال العلمي والرياضة.

ولوحظ من التحليل أن هناك العديد من القيم التي حاولت الأفلام الاجتماعية ترسيخها في أذهان المتلقين حيث كانت جميع الأفلام قيم الدراسة محتوية على إشارات جنسية سواء بالتلميح أو التصريح بنسبة 100%، حيث أُغرِقت هذه الأفلام بالمشاهد والإيحاءات الجنسية الشاذة 91.66%، وتعدد العلاقات الجنسية 50%، ومشاهد العري83.33% ، والمشاهد الجنسية الشاذة 66.66% ، إضافة إلى مشاهد أخرى كالإغتصاب والخيانة الزوجية 33.33% والمشاهد المقززة كالتقيؤ ووتصرفات غير مناسبة 50% . وهذا يؤكد على الدور الخطير لهذه الأفلام في تغيير منظومة القيمة الاجتماعية والخلقية والدينية في المجتمعات العربية والمسلمة.

كما امتلأت الأفلام الاجتماعية بالألفاظ النابية والسباب 83.33% التي تتردد على مسامع المتلقين، وتؤثر في حصيلتهم اللغوية، وربما كانت مصدرا من مصادر التعلم لديهم.

كما احتوت الكثير من الأفلام الاجتماعية قيد الدراسة على مشاهد لتعاطي المخدرات 33.33% ، إذ أظهرت البطل في أحد مراحل حياته يستمتع وينتشي بتعاطي المخدرات، ويجعل منها تجربة مغرية بالإختبار، الأمر الذي قد يؤثر في محبي بطل الفيلم من المراهقين المقلدين لكل ما يُبث في هذه الأفلام من أفكار وسلوكيات.

**رابعا / صلة الحركة الصهيونية بصناعة الأفلام الأمريكية**

دخل اليهود في صناعة السينما منذ بداياتها في الولايات المتحدة، وفي عام 1912 دخل عالم صناعة السينما في لوس أنجليس جيسي لاسكي بالاشتراك مع صهره سام غولدوين وسيسل دي ميل حيث بدأوا نشاطهم في البحث عن مكان لعمل فيلم بعنوان "الرجل الأبيض المتزوج من هندية حمراء" وبذلك تم إنتاج أول فيلم طويل في مكان بعيد يدعى هوليود، وكان غولدوين ولاسكي رواداً في هوليود، وأصبح فيما بعد يهود آخرون منتجين ذوي نفوذ وسطوة، ومخرجين من بينهم أودلف زوكر، لويس سيلزنيك، ديفيد سيلزنيك، كارول ليمل، ايرفينغ ثالبرغ أرنست ببويشت، جوزيف مانكوينز، الإخوان وارنر، ويليام وايلر، لي ستراسبرغ وويليام فوكس.

وخلال سنوات ما يسمى العصر الذهبي لهوليود (في الثلاثينات والأربعينات) كانت سبعة من أصل ثمانية شركات إنتاج مملوكة لعائلات يهودية مهاجرة إلى الولايات المتحدة، ومع سيطرة اليهود على تلك الصناعة بدأ نشر قيم وثقافة اليهود من منظور "الأقلية العرقية والدينية" بهدف إحداث تغيير الثقافة والقيم التقليدية للمجتمع الأمريكي، إذ أن وجهات النظر السياسية لكتاب السينما والتليفزيون في كثير من الأحيان تؤكد على طابع "الهوية اليهودية."

وتشير الإحصاءات إلى أن أكثر من 90% من مجموع العاملين في الحقل السينمائي الأميركي إنتاجا وإخراجا وتمثيلا وتصويرا ومونتاجا، هم من اليهود. ويسيطر اليهود سيطرة شبه كاملة على شركات الإنتاج السينمائي في عاصمة السينما الأميركية هوليوود، مثل شركة فوكس وشركة يونيفرسال وشركة مترو وشركة غولدين. مصدر

وعلى مدى عقود من الزمان استطاعت السينما الإسرائيلية وأعوانها داخل هوليوود إنتاج عشرات الأفلام التي تدور حول فكرة واحدة وهي: إن العرب والمسلمين هم العدو الأكبر للولايات المتحدة الأمريكية، وإن اليهود هم الحليف الأفضل لها، من هنا أصبحت هوليود المصدر الرئيسي لتمويل المجموعات السياسية الأمريكية المؤيدة لإسرائيل مثل مركز سيمون ويزنتال والرابطة الصهيونية لمكافحة تشويه السمعة، والإيباك.

**خامسا / القيم التي تسعى السينما الأمريكية لنشرها من خلال الأفلام:**

لا ينكر أحد الدور التأثيري الممتد للسينما في تشكيل وعي الشعوب، ومن ثم توجيه تلك الشعوب صوب قيم بعينها سواء كانت سلبية أو ايجابية، والسينما الأمريكية المتحررة من الضوابط تقدم منظومة قيمية تميل إلى الأهواء وإشباع الرغبات، وهذه المنظومة القيمية مرتبطة بقضايا الصراع الذي تسعى من خلاله أمريكا عولمة نموذجها التحرري، دونما التفات لخصوصيات الأمم الأخرى في بنائها القيمي.

وفي ضوء ذلك كانت الأفلام السينمائية ميداناً خصباً للترويج لمنظومة القيم الأمريكية التحررية داخل المجتمعات العربية والإسلامية، وقد ساعد على هذا الترويج وجود أفراد في المجتمعات العربية والإسلامية تأثرت بالنموذج الأمريكي وانبهرت به، ورأت في نقل كل قيمه خطوة باتجاه التقدم والتطور.

فالأفلام السينمائية الأمريكية تروج للقيم التي تشبع الأهواء وتحقق الغايات، وهذا هو المعيار الأساس في تشكيل المنظومة القيمية، فنجد أن القيم التي تنشرها الأفلام الأمريكية تعبر عن الواقع الفعلي للمجتمع الأمريكي بكل ما فيه من انحلال وتفكك وحرية جنسية مزعومة ، وشذوذ، وبالتالي انعكس هذا الواقع على السينما وصناعتها، وخرجت قصص الأفلام وسيناريوهاتها لتكون بمثابة مرآة لتفاعلات الحياة الأمريكية اليومية.

كما وجد القائمون على صناعة السينما الأمريكية فرصة لتلبية أطماعهم المالية، فصنعوا مواد فلمية إنحلالية، تحقق لهم الأرباح الخيالية، غير معنيين في ذلك بانهيار المجتمعات ومنظومتها القيمية، وربما كان هدفاً أساسيا للقائمين على صناعة السينما الأمريكية محاولة خلخلة القيم العربية والإسلامية، ومزاحمتها بقيم هوائية تفسدها.

إن السينما الأمريكية بكافة وسائلها وتقنياتها تعد ميدانا خصباً لإدارة الحرب القيمية ضد العرب والمسلمين، وقد ازداد تأثير هذه الحرب بعد ثورة التقنية والأقمار الصناعية

والإنترنت، وكسر كافة الحواجز، وازدياد تأثير هذه الثورة في تشكيل وعي الشعوب وتوجيهها صوب قيم بعينها.

ويكفي للتدليل على جدية الحرب القيمية من قبل الولايات المتحدة الأمريكية على العرب والمسلمين الميزانية التي ترصدها الولايات المتحدة لقناة الحرة الأمريكية والناطقة باللغة العربية هي (671.9) مليون دولار، وهي مثال على الدعم المالي للاعلام التغريبي في العالم العربي. (العبد، 2009)

ومن القيم التي لوحظ أن الأفلام الأمريكية تحث على تبنيها قيم الاباحية المتمثلة في الشذوذ والإغتصاب والعري واثارة الغرائز، إضافة إلى قيم الخيانة والإدمان وترسيخ الكذب والسرقة والسخرية من الغير وعدم توقير الكبار والتمرد على القضاء والقدر، والإلحاد، وشرب الخمور، ولعب القمار والقتل والسرقة والكيد للآخرين.

**التوصيات:**

يمكن لوسائل الإعلام المحلية في الدول العربية والإسلامية من مواجهة الدعاية والتضليل الاعلامي الأمريكي من خلال:

1- ضرورة كشف أساليب الدعاية والتضليل من ابتزاز واستعطاف وغيرها من الأساليب المتبعة في السينما الأمريكية والصهيونية والتي تستهدف الأمة العربية بشكل عام والشعب الفلسطيني ونضاله المشروع بشكل خاص ، من خلال الإعلام المضاد سواء السينمائي أو التلفزيوني ، كما يمكن أيضا التركيز على الدراسات والأبحاث التي تظهر الأساليب الحديثة المتبعة في الدعاية والتضليل الإعلامي الغربي .

2- تحصين الجيل القادم ثقافيا وعلميا ومعرفيا وتكنولوجيا في مواجهة الدعاية والتضليل الإعلامي، من خلال التربية على القيم الدينية والاجتماعية السليمة.

3- دراسة واقع البحث العلمي في المؤسسات الإعلامية وقياس أثر الرسائل الإعلامية على المجتمعات المحلية، وتحليل المضامين المستوردة من السينما الأمريكية ومعرفة مدى ملائمتها للمنظومة القيمية في المجتمعات المحلية وتطوير البحث العلمي في هذا المجال خاصة وأنه يمارس في معظم المؤسسات الإعلامية الغربية والصهيوأمريكية بشكل خاص .

4- مواجهة التضليل الإعلامي بإعداد الخطط الاعلامية المدروسة لمواجهة تحديات الدعاية والتضليل الإعلامي الذي يمارس ضد المجتمعات العربية والإسلامية.

5- على الدول العربية والاسلامية أن تستفيد من المؤسسات والمنظمات والهيئات في الخارج في مواجهة التضليل الاعلامي، وكشف الحقائق للمجتمعات الأمريكية والغربية ومن هذه المؤسسات ما يلي:

- البعثات الدبلوماسية في الخارج والملحقين الثقافيين والإعلاميين فيها .
- المراكز الإعلامية والثقافية والمحلية والتابعة للدول العربية ودول العالم الثالث، والتنسيق في التخطيط الإعلامي على مستوى المنطقة والعالم .
- المعاهد الثقافية المحلية والعربية والصديقة في الخارج .
- جمعيات الصداقة العربية مع الدول الأجنبية في العالم .
- التنظيمات الطلابية والعمالية والاجتماعية والنسائية والسياسية والإعلامية في الداخل والخارج.
- أجهزة الأمم المتحدة وخاصة اليونيسكو ووكالة الغوث والتعاون مع المنظمات العالمية الثقافية والإعلامية وغيرها التابعة للأمم المتحدة .
- الجاليات المقيمة في الخارج التابعة لدول المنطقة العربية والعالم الثالث .

# المراجع والمصادر

## أ- المراجع العربية:

1. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم،(د. ت)، لسان العرب، دار صادر، بيروت، لبنان.

2. أبو اصبع، صالح، (1999)، تحديات الإعلام العربي " المصداقية ، الحرية ، التنمية ، الهيمنة الثقافيه " دراسات في الإعلام ، دار الشروق، عمان، الاردن.

3. أبو اصبع، صالح،(1995)، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار الصفوة، عمان، الأردن.

4. أبو اصبع، صالح (1999).الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. الطبعة الثالثة، دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع ،عمان.الأردن.

5. أبو اصبع، صالح،(2012)،الدعاية والرأي العام: مفاهيم وتطبيقات، دار البركة، عمان، الأردن.

6. أبو النصر، هشام،(2010)، البناء السينمائي،ط3، أكاديمية الفنون، المعهد العالي للسينما، القاهرة، مصر.

7. أبو عرقوب، إبراهيم، (1993).الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي.دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.الأردن.الطبعة الأولى.

8. أبوعيشة، فيصل محمد، (2011)، الدعاية والإعلام، الطبعة الأولى، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

9. الأسد، ناصر الدين،(1997)، الثقافة العربية بين العولمة والعالمية، من إصدار العولمة والهوية، مطبوعات أكاديمية المملكة المغربية، المغرب.

10. الألوسي، سؤدد فؤاد ، (2012)، العنف ووسائل الإعلام ،الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.

11. بركات، تمام، (2013) ، السينما الأمريكية.. أفلام تكتبها السياسة ويخرجها البنتاغون، جريدة البعث- سورية

12. البعلبكي، منير،(1977)، المورد، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان.

13. بهجت، أحمد رأفت، (2002)، الشخصية العربية في السينما العالمية،ط3، مكتبة الأسرة، القاهرة، مصر.

14. بوجز، جوزيف،(2008)، فن الفرجة على الأفلام،ط2، ترجمة وداد عبدالله، سلسلة الألف كتاب، الهيئة العامة للكتاب، القاهرة، مصر.

15. تامي، نصيرة، (2015)، الإعلام الفضائي والإرهاب، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

16. جرار، فاروق أنيس، (2000)، الرسالة والصورة ، قضايا معاصرة في الإعلام، وزارة الثقافة، عمان، الاردن.

17. جريبر، دوريس إيه، (1999)، سلطة وسائل الإعلام في السياسة، ترجمة) د.أسعد أبو لبدة ، مراجعة : فاروق جرار، الطبعة الثانية، دار البشير للطباعة والنشر، عمان، الأردن.
18. جيريه ، فرنسوا ، (2011) (قاموس التضليل الإعلامي ) ، دار النشر ، أرمان كولان – باريس ، نقلاً عن صحيفة البيان الإماراتية .
19. حاتم، محمد عبد القادر، (1994)، الإعلام والدعاية – نظريات وتجارب، الطبعة الثالثة، مكتبة الأنجلو مصرية ، القاهرة، مصر.
20. حارص، صابر، (2008)، الإعلام العربي والعولمة الإعلامية والثقافية والسياسية من الترغيب والتنويم إلى الصراع والتدمير ، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر
21. حداد، حسن،(2007)، منتديات النيكل تصنع سينما أمريكية طاغية، صحيفة عكاظ الأسبوعية، العدد 2168، الجمعة 25–مايو.
22. الحمامي، كاظم، (2012)، أسلحة التضليل الشامل، شبكة البصرة، الاربعاء 9 ربيع الاول 1433 / 1 شباط 2012.
23. حوات، محمد علي، (2001)، الإعلام الصهيوني وأساليبه الدعائية ،الطبعة الأولى ، دار الآفاق العربية، القاهرة، مصر.

24. حوات، محمد علي، (2002)، العرب والعولمة.. شجون الحاضر وغموض المستقبل، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.

25. حوات، محمد علي، (2005)، قراءة في الخطاب الإعلامي والسياسي المعاصر (نظرية نقدية ) ، مكتبة مدبولي، القاهرة، مصر.

26. خالد، فاروق، (2008)، الإعلام الدولي والعولمة الجديدة ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

27. ختاتنة، سامي محسن ، أبو سعد، أحمد عبداللطيف ،(2010)، علم النفس الإعلامي ، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.

28. الدليمي، عبد الرزاق، (2004)، تطور أساليب الدعاية والإعلام الصهيوني، الطبعة الأولى، مكتبة الرائد العلمية، عمان، الأردن.

29. الدليمي، عبد الرزاق، (2010)، الدعاية والإرهاب، الطبعة الأولى ، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

30. ربيع، حامد ،(1989)، الحرب النفسية في الوطن العربي، واسط للدراسات، العراق.

31. الرحباني، عبير، (2014)، الاستعمار الالكتروني والاعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن.

32. رشتي، جيهان أحمد،(1975)، الاعلام ونظرياته في العصر الحديث، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.

33. رشتي، جيهان أحمد،(1978)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.

34. رشتي، جيهان أحمد،(1985)، الدعاية واستخدام الراديو في الحرب النفسية ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر، القاهرة، مصر.

35. رقزايد ، بوشتي، (2014)، رمزية العودة في السينما المغربية : " طين جاء " لحسن لكزولي و " السفر الكبير " لإسماعيل فروخي و " باب السما مفتوح " لفريدة بليزيد و " القلوب المحترقة " لأحمد المعنوني .مجلة آفاق – إتحاد كتاب المغرب – المغرب،ع 85,86، ص ص 104 – 108.

36. الزواوي، محمود (2006) صناعة الأحلام – محاور السينما الأميركية، المؤسسة العامة للسينما، دمشق، ص 358.

37. زياد ، جلال الدين الشيخ .أثر الشائعات السياسية في تاريخ السودان المعاصر .مجلة جامعة أم درمان الإسلامية – معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية – السودان،ع 17، (2010)، ص ص 218 – 247.

38. سادول، جورج،(1986)، تاريخ السينما في العالم، ترجمة ابراهيم الكيلاني، منشورات مكتبة عويدات، بيروت، لبنان.

39. سلطان، جمال، (2009)، طالبان وأمريكا والتضليل الإعلامي، منشور على موقع الانترنت
http://articles.islamweb.net/media/index.php?id=148577&lang=A&page=article، تم الوصول إليه بتاريخ 26-12-2014.

40. الشافعي، جلال، (2005)، من التضليل الإعلامي، دار البشير للطباعة والنشر ، عمان، الأردن.

41. شقير، بارعة حمزة،(2002)، تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الإجتماعي، رسالة دكتورة غير منشورة، جامعة القاهرة، مصر.

42. شيلر، هربرت،(1999)، المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، ط2، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، الكويت.

43. شفيق ، حسنين (2011 ) ، التضليل الإعلامي والغيبوبة المهنية ، دار فكر وفن للطباعة والنشر و التوزيع .

44. الطائي، ذياب،(2011)، التضليل الإعلامي من صناعة الخبر إلى صناعة السينما، دار الينابيع، دمشق، سوريا.

45. عبد الحافظ، أحمد،(2007)، صورة العرب والمسلمين في السينما العالمية، الحوار المتمدن، العدد 1881، بتاريخ 10-4-2007.

46. عبد الله، مجدي احمد محمد (2008).مقدمة في سيكولوجية الاتصال والإعلام.دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر.

47. العبد، نهى عاطف، (2009)، الإعلام الدولي، الطبعة الأولى، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

48. عبدالله، محمود، (2010)، الإعلام وإشكاليات العولمة، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.

49. عزت، عزت ،(2003)، صورة العرب والمسلمين في العالم، الطبعة العربية الثانية، مركز الحضارة العربية، القاهرة ، مصر.

50. عواد، علي نجيب، (1993)، الدعاية والرأي العام "مضمون ونماذج من الحرب في لبنان والخليج – تجارب دولية " ، الطبعة الأولى، مؤسسة نزيه كركي، بيروت، لبنان.

51. العساف ، فايز ، (2012) ، أساليب الإدارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية ، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة .

52. الفيومي، أحمد بن محمد بن علي المقري،(د. ت)، المصباح المنير، دار الفكر، بيروت.

53. كساب، محمود حنفي، (2014)، السينما الإسلامية سلاح فعال، المكتبة الاسلامية، المملكة العربية السعودية.

54. الكناني، محسن جلوب، (2012)، الإعلام الفضائي والجنس، دار أسامة للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

55. لاطة، نجدت،(2014)، هوليوود في خدمة البيت الأبيض، رابطة أدباء الشام، دمشق، سوريا.

56. المخادمي، عبد القادر،(2006)، النظام العالمي الجديد للإعلام – الأسس والأهداف ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

57. معلوف، لويس، (1960)، المنجد، باب دعاء، الطبعة الكاثوليكية، بيوت، لبنان.

58. الموسى، عصام سليمان،(2002 )، تطوير الثقافة الجماهيرية العربية، الطبعة الأولى، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، دبي، الامارات.

59. ميلر، دايفيد،(2007)، أخبرني أكاذيب، الدعاية والتضليل الإعلامي في الحرب على العراق، ترجمة ابراهيم العريس، بيسان للنشر والتوزيع والإعلام، بيروت، لبنان.
60. نور ، وداد محيي الدين ،(2013)، سيكولوجية الدعاية و الحرب النفسية : دراسة تحليلية تأصيلية. مجلة جامعة أم درمان الإسلامية – معهد البحوث والدراسات الإستراتيجية – السودان،ع 23، ص ص 299 – 344.
61. نوفل ، أحمد ، (1989) ، الحرب النفسية ، الطبعة الأولى ، دار الفرقان، ص 34 .
62. الهندي، ولاء فايز، (2012)، الإعلام والقانون الدولي، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
63. وبر، مارك، (2014)، دراسة عن قوة اللوبي اليهودي في الولايات المتحدة الأمريكية، ترجمة محمد عبد اللطيف حجازي، مركز الهدف للدراسات، بيروت، لبنان.
64. ياسين، عطوف محمود (1981).مدخل في علم النفس الاجتماعي.دار النهار للنشر .بيروت.لبنان.

## ب- المراجع الأجنبية:


65. Berry, L. (2003lticultural Developing Children and Mu ) Attitudes: TheSystemic Psychosocial Influences of Television Portrayals in a Multimedia Society. Cultural Diversity & Ethnic Minority Psychology, v94n 6-36p .

66. Bloumer, Jay, (1995), The press Television Democracy in Heading Reader and Public, published by Landard Wood, London.

67. Bumiller , Elisabeth, (2002)Bush Aides Set Strategy to Sell Policy on Iraq, New York Times,7 September.

68. Bush, George. (2005) Life of Mohamed: The Founder of Islam and the Empire of Saracens. (Al-Ahram Weekly online, Issue No. 750, Egypt)

69. Cantor, Paul A. (1996)The Uncanonical Dante: The Divine Comedy and Islamic Philosophy. (Philosophy and Literature, Volume 20, Number 1, (April 1996).

70. Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. Journal of Communication, 26(2), 172-199

71. Hosenball, Mark & Isikoff, Michael & Thomas ,Evan (2003),Cheney’s Long Path to War , Newsweek, 17 November.

72. Kang,J. and Morgan M.,(1988), Culture Clash: Impact of U.S Television in Korea. Journalism Quarterly, Vol65, No.5.pp 12-28

73. Lasweil, Harold, (1994), People's Society and Mass Communication, Columbia University Press.

74. Lawson, John Heward, (2006),Theory and Technique of play writing and screen writing ,5th ed., Hill and wang , New York.

75. Lewis, Herman,(2001) Practical manual Screen play writing for theatre and Television Film,3rd ed., New American Library, New York.

76. Medved ,Michael (1996), Is Hollywood Jewish Too Much? Moment Journal, Vol. (21), No (4).

77. Miller, K. (2005). Communications theories: Perspectives, processes, and contexts. New York: McGraw-Hill

Oytoby,Willard G. (1980) .”western perceptions of islam and the arabs “ in M.Hudson and R.wolfe (eds.) the American media and the arabs . washington , D.C. : center for contemporary arab studies . Georgetown university page 16.

78. Scowen , Peter,(2003) The Black Book Of America, Published by Ediciones B. USA.

79. Sekaran, U. (2003). Research methods for business, (4th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons

80. Shaheen, Jack, (2001) Reel Bad Arabs: How Hollywood Vilifies a People, Interlink Publishing, USA.

81. Simon. S.( 1996). Arabs in Hollywood: An Undeserved Image. Internet article. http://pages.emerson.edu/organizations/fas/latent_image/issues/1996-04.

82. Smiley, Sam,(2007), paly writing ,The Structure of Action, 2nd ed., Printice Hall.

83. The Song of Roland. ”La Chanson de Roland”, 1140 – 1170. (Wikipedia on Answers.com.)

84. Welleke, R, (1997), A history of Modern Criticism,4th ed., New Haven.

85. Whitaker. B. (2000). Why the `rules` of racism are different for Arabs, Guardian Unlimited UK. Internet article. http://www.themodernreligion.com/racism/racism-rules.html

# قائمة الملاحق

1- ملحق أسماء المحكمين

2-استمارة تحليل المضمون

# ملحق (1)

## أسماء الأساتذة محكمي استبانة الدراسة

تم إجراء اختبار الصدق لأداء جمع البيانات "الإستمارة " عن طريق تحكيم الإستمارة من قبل المختصين ، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم وإقتراحاتهم وهم :

قائمة أسماء المحكمين

| اسم الجامعة | التخصص | اسم الدكتور |
|---|---|---|
| جامعة البترا | الدعاية الإعلامية | أ.د عبدالرزاق الدليمي |
| جامعة الكويت | الصحافة والإعلام | د. مناور بيان الراجحي |
| جامعة الشرق الأوسط | الإذاعة و التلفزيون | د. رائد البياتي |
| الجامعة الأردنية | الإتصال | أ.د إبراهيم أبو عرقوب |
| جامعة الشرق الأوسط | الصحافة والإعلام | د. كامل خورشيد |
| جامعة فيلاديلفيا | اللغة عربية | أ.دعزالدين مناصرة |

## الملحق (2)

### استمارة التحليل

أولا : استمارة تحليل المضمون للدعاية والتضليل الإعلامي في عدد من الأفلام الأمريكي ما بين العام 2001 و 2013 .

أولا : استمارة الأفلام الاجتماعية

| | |
|---|---|
| اسم الفيلم | |
| تاريخ الانتاج | |
| ابطال الفيلم | |
| اسم المخرج | |
| نوع الفيلم | □دراما □ رعب<br>كوميدي □رومانسي<br>□اكشن □ روائي<br>□ رياضي □ خيال |
| الشركة المنتجه للفيلم | |
| مضمون الفيلم | □ سياسي<br>□ ديني<br>□ اجتماعي |
| القضية الرئيسيه للفيلم | |
| مدة الفيلم كاملا : | |
| أنواع المشاهد في الفيلم : | □ كلام جنسي<br>□ إيحاء جنسي<br>□ إيحاء جنسي شاذ<br>□ مشهد جنسي<br>□ مشهد جنسي شاذ<br>□ سب وشتم<br>□ التعرض للذات الإلهية<br>□ تعري |

| | |
|---|---|
| | ☐ خيانة زوجية<br>☐ تعدد العلاقات الجنسية<br>☐ تعاطي مخدرات<br>☐ مشهد مقزز<br>☐ إظهار اليهود<br>☐ تثبيت وجود إسرائيل<br>☐ نمطية سلبية عن المسلمين<br>☐ إلحاد<br>☐ إيحاء بالإلحاد<br>☐ اليهود مستضعفين<br>☐ المسلمين كمجرمين<br>☐ إهانة الأنبياء<br>☐ التعرض للأديان |

ثانيا : استمارة الأفلام الدينية

| | |
|---|---|
| اسم الفيلم | |
| تاريخ الانتاج | |
| ابطال الفيلم | |
| اسم المخرج | |
| نوع الفيلم | ☐دراما ☐ رعب<br>☐كوميدي ☐رومانسي<br>☐ روائي ☐اكشن<br>☐رياضي ☐خيال<br>☐ حرب ☐تاريخ |
| الشركة المنتجه للفيلم | |
| مضمون الفيلم | ☐ سياسي<br>☐ ديني<br>☐اجتماعي |
| القضية الرئيسيه للفيلم | |
| مدة الفيلم كاملا : | |
| أنواع المشاهد في الفيلم : | ☐بيئة بدائية عند المسلمين<br>☐إظهار قوة الجيش الأمريكي<br>☐ إظهار عطف أمريكا<br>☐إظهار المسلمين كمجرمين<br>☐ حروب وطائفية عند المسلمين<br>☐ إظهار الشعوب المسلمه همجية<br>☐ إظهار الوحشية لدى المسلمين |

| | |
|---|---|
| | □ إظهار عداء المسلمين للولايات المتحدة الأمريكية<br>□إظهار دول المسلمين بلا قوانين<br>□ إظهار سيطرة الجيش الأمريكي<br>□إظهار إنسانية الجيش الأمريكي<br>□أطفال المسلمين إرهابيين<br>□ الرجل المسلم متسلط<br>□ المسلمة مظلومة ومستضعفه<br>□المسلم جشع وطماع<br>□ ملابس المرأة المسلمة رجعية<br>□ تعدد الزوجات عند المسلمين<br>□تشوية تعاليم الدين الإسلامي<br>□الثراء الفاحش عند المسلمين<br>□إظهار عنصرية المسلمين<br>□ مشهد مقزز<br>□ التعرض للذات الإلهية<br>□ إظهار جهل المسلمين<br>□ الاستهزاء بالمسلمين<br>□ لغة غير واضحة للمسلمين<br>□ ربط الإسلام بالإرهاب<br>□ المسلمين مدمنين<br>□المسلم منافق<br>□سب وشتم المسلمين<br>□ربط المسلمين بالجنس |

ثالثا / استمارة الأفلام السياسية

| | |
|---|---|
| اسم الفيلم | |
| تاريخ الانتاج | |
| ابطال الفيلم | |
| اسم المخرج | |
| نوع الفيلم | ☐دراما ☐ رعب<br>☐رومانسي ☐كوميدي<br>☐اكشن ☐ روائي<br>☐خيال ☐رياضي<br>☐ تاريخ ☐ حرب |
| الشركة المنتجه للفيلم | |
| مضمون الفيلم | ☐ سياسي<br>☐ ديني<br>☐اجتماعي |
| القضية الرئيسيه للفيلم | |
| مدة الفيلم كاملا : | |
| أنواع المشاهد في الفيلم : | ☐ إظهار قوة الإسرائيلي<br>☐ تحريف التراث العربي إلى تراث إسرائيلي<br>☐ العرب إرهابيين<br>☐ إظهار المقاومة الفلسطينية كأعمال إرهابية<br>☐ إسرائيل هي دولة السلام |

| | |
|---|---|
| | □ الاستخفاف بالقضية الفلسطينية<br>□ بيئة بدائية عند المسلمين<br>□ تثبيت وجود إسرائيل<br>□ لغة غير واضحة للمسلمين<br>□ إظهار المسلمين كمجرمين<br>□ إظهار عنصرية المسلمين<br>□ العربي خائن تجاه قضاياه<br>□ إظهار جهل المسلمين<br>□ ربط المسلمين بالجنس<br>□ الدعوة لسلام فلسطيني إسرائيلي<br>□ الاستهزاء بقوة العرب<br>□ المسلم جشع وطماع<br>□ ملابس المرأة المسلمة رجعية<br>□ تعدد الزوجات عند المسلمين<br>□ المرأة المسلمة مستضعفة<br>□ ربط الإسلام بالإرهاب<br>□كسب التعاطف الدولي تجاه المحرقة<br>□ اليهودي مستضعف<br>□ ربط اليهود بإسرائيل<br>□ إظهار وحشية العالم ضد اليهود<br>□ العربي شخص متعجرف<br>□ ربط العرب بتجارة السلاح<br>□ التعرض للذات الإلهية |

| | |
|---|---|
| | □ أمريكا هي المنقذ الدولي<br>□ الثراء الفاحش عند المسلمين<br>□ إظهار الشعوب المسلمة همجية<br>□ تشويه تعاليم الدين الإسلامي<br>□ الرجل المسلم متسلط<br>□إظهار الوحشية لدى المسلمين<br>□الاستهزاء بالمسلمين<br>□حروب وطائفية عند المسلمين<br>□إظهار الدول العربية بلا قوانين<br>□ إظهار عداء المسلمين للولايات المتحدة الأمريكية |